



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA

CONTABILIDAD Y AUDITORIA

**TRABAJO DE GRADO DEL ARTÍCULO ACADÉMICO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERO EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA:

**“EFECTOS DE LA DEROGACIÓN DEL IMPUESTO VERDE DE ACUERDO AL
REGISTRO OFICIAL NÚMERO 19, SEGUNDO SUPLEMENTO (OFICIO N° SAN-
2019-0543), EN LAS EMPRESAS DE VENTAS DE AUTOMOTORES EN LA CIUDAD
DE QUITO, SECTOR SUR”**

AUTOR:

HENRY DAVID UYAGUARI BETANCOURT

DOCENTE TUTOR:

MBA. ING. PATRICIA PAZ

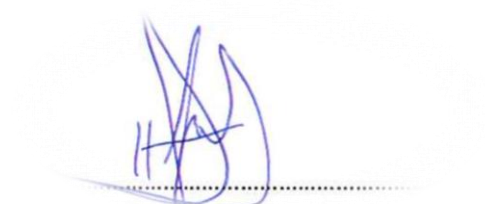
QUITO, MARZO 2020

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Henry David Uyaguari Betancourt, con documento de identificación No 171759463-2, manifiesto mi voluntad y cedo a la Universidad Politécnica Salesiana la titularidad sobre los derechos patrimoniales en virtud que soy autor del trabajo de grado del artículo académico: “EFECTOS DE LA DEROGACIÓN DEL IMPUESTO VERDE DE ACUERDO AL REGISTRO OFICIAL NÚMERO 19, SEGUNDO SUPLEMENTO (OFICIO N° SAN-2019-0543), EN LAS EMPRESAS DE VENTAS DE AUTOMOTORES EN LA CIUDAD DE QUITO, SECTOR SUR”, mismo que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniería en Contabilidad y Auditoría, en la Universidad Politécnica Salesiana, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En aplicación a lo determinado en la Ley de Propiedad Intelectual, en mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato digital a la Biblioteca de la Universidad Politécnica Salesiana.

Firma



Henry David Uyaguari Betancourt

CI. 171759463-2

Quito, marzo del 2020

DECLARATORIA DE COAUTORÍA DEL DOCENTE TUTOR

Yo, PATRICIA FERNANDA PAZ MOLINA declaro que bajo mi dirección y asesoría fue desarrollado el trabajo del artículo académico “EFECTOS DE LA DEROGACIÓN DEL IMPUESTO VERDE DE ACUERDO AL REGISTRO OFICIAL NÚMERO 19, SEGUNDO SUPLEMENTO (OFICIO N° SAN-2019-0543), EN LAS EMPRESAS DE VENTAS DE AUTOMOTORES EN LA CIUDAD DE QUITO, SECTOR SUR”. Realizado por Henry David Uyaguari Betancourt, obteniendo un producto que cumple con todos los requisitos estipulados por la Universidad Politécnica Salesiana para ser considerados como trabajo final de titulación.

Firma



MBA. Ing. Patricia Fernanda Paz Molina

CI. 1710411685

Quito, marzo 2020

Índice

1	INTRODUCCIÓN	1
2	OBJETIVOS	2
2.1	Objetivo General	2
2.2	Objetivos Específicos	2
3	JUSTIFICACIÓN	2
4	MARCO TEÓRICO	4
4.1	Impuestos verdes o ambientales: ¿Qué son y qué implican?	4
4.2	Aplicación y efectividad de los impuestos ambientales	5
4.3	Nacimiento del Impuesto Verde en el Ecuador	8
4.4	Base Legal	8
4.5	Objetivos del Impuesto Verde en el Ecuador	9
4.6	¿En qué consiste el Impuesto Verde, quién lo debe pagar y cuáles son las exenciones?	9
4.7	Tarifa y base imponible	10
4.8	Impacto económico	11
4.9	Proceso de derogación del Impuesto Verde	11
4.10	Agentes económicos que intervienen en la comercialización de vehículos	14
5	MARCO METODOLÓGICO	16
5.1	Diseño de la investigación	16
5.2	Tipo de investigación	16
5.3	Métodos de investigación	17
5.4	Población y muestra	17
5.4.1	Población	17
5.4.2	Muestra	17
5.4.3	Encuesta	19
6	PRESENTACIÓN DE RESULTADOS	19
7	CONCLUSIONES	37
8	BIBLIOGRAFÍA	40
9	ANEXOS	42
9.1	Anexo 1.-Poblacion de la investigación	42
9.2	Anexo 2.- Encuesta	46
9.3	Anexo 3.- Fotografías de las empresas visitadas	48

Índice de tablas

Tabla 1: Elementos ambientales en las Reformas Tributarias recientes en América Latina.....	7
Tabla 2: Tarifas a aplicar sobre la base imponible	10
Tabla 3: Factor de ajuste.....	11
Tabla 4.- Valores recaudados por el Impuesto Verde año 2019	15
Tabla 5: Empresas que comprenden la muestra.....	18
Tabla 6: Conocimiento del Impuesto Verde	19
Tabla 7: Afectará la ley a su negocio.....	20
Tabla 8: Caída en ventas.....	21
Tabla 9: Conocimiento previo a la derogación del impuesto.....	22
Tabla 10: Inconvenientes de la derogación del impuesto	23
Tabla 11: Aspectos dificultosos al momento de vender autos	24
Tabla 12: Pérdidas con el impuesto verde	25
Tabla 13: Modelos de autos afectados	27
Tabla 14: Aumento en ventas	28
Tabla 15: Se encuentran preparados para cubrir la demanda.....	29
Tabla 16: Existen más problemas o beneficios en la derogación.....	30
Tabla 17: ¿Qué se espera ahora?	31
Tabla 18: Panorama del Futuro.....	32
Tabla 19: El impuesto es un factor a la hora de vender	33
Tabla 20: Ventajas por parte del gobierno	34
Tabla 21: Panorama económico.....	36

Índice de gráficos

Gráfico 1: Impuesto ambiental a la contaminación vehicular, Quito año 2019	15
Gráfico 2: Porcentaje recaudado del impuesto verde en el año 2019 – Quito	16
Gráfico 3: Conocimiento del Impuesto Verde	19
Gráfico 4: Afectará la Ley a su negocio	20
Gráfico 5: Caída en ventas.....	21
Gráfico 6: Conocimiento previo de la derogación del Impuesto	22
Gráfico 7: Inconvenientes de la derogación del Impuesto	23
Gráfico 8: Aspectos dificultosos al momento de vender autos	25
Gráfico 9: Pérdidas con el impuesto verde	26
Gráfico 10: Modelos de autos afectados.....	27
Gráfico 11: Aumento en ventas	28
Gráfico 12: Se encuentran preparados para cubrir la demanda.....	29
Gráfico 13: Existen más problemas o beneficios en la derogación.....	30
Gráfico 14: ¿Qué se espera ahora?	31
Gráfico 15: Panorama del futuro	33
Gráfico 16: El impuesto es un factor a la hora de vender	34
Gráfico 17: Ventajas por parte del gobierno.....	35
<i>Gráfico 18: Panorama económico</i>	<i>36</i>

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Agentes económicos	14
---	----

“Efectos de la derogación del Impuesto Verde de acuerdo al Registro Oficial número 19, segundo suplemento (oficio N° SAN-2019-0543), en las empresas de ventas de automotores en la ciudad de Quito, sector Sur.”

RESUMEN

Con la finalidad de dar a conocer los efectos ocasionados por la derogación del impuesto verde de acuerdo con el Registro Oficial número 19, segundo suplemento (Oficio N° SAN-2019-0543), se ha desarrollado el presente trabajo, donde se explican varias de las formas de funcionamiento de los negocios de venta automotriz ubicadas en la ciudad de Quito – sector sur, centrándose en los cambios producidos durante y después de la derogación del tributo mencionado. Así como, ha permitido identificar los esfuerzos y los recursos que están aplicando las empresas de este significativo sector y sus perspectivas a futuro.

Los métodos de investigación utilizados para el efecto han sido el deductivo y el analítico, a través de la aplicación de una encuesta definida para un grupo representativo de este sector empresarial ubicados en el sector sur de Quito; y en relación a las mismas, se obtuvieron datos estadísticos, mismos que han servido para finalmente, determinar las conclusiones y recomendaciones pertinentes para entender de mejor manera qué se

produjo dentro de este sector al derogar la ley y la problemática actual.

ABSTRACT

With the objective of publicize the effects caused by the repeal of the green tax in accordance with Official Registry number 19, second supplement (Official Letter SAN-2019-0543), the present work has been developed, in order to explain most of the forms of operation of the automobile sales businesses located in the city of Quito - southern sector, focusing specially on the changes produced during and after the repeal of the aforementioned tax. As well as, it has made it possible to identify the efforts and resources that companies in this significant sector are applying and their prospects on the future.

The research methods used on this project are the deductive and analytical, through the application of a defined survey for a representative group of this business sector located in the southern sector of Quito; and in relation to them, statistical data was obtained, served to the propose of finally determine the pertinent conclusions and recommendation to

have a better understand of what occurred within this sector by repealing the law and the current problem cause by it.

1 INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene por objeto analizar los efectos y las consecuencias derivadas de la derogación IAVC (Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular), o impuesto verde como fue llamado, el mismo fue un tributo que tenía como objetivo reducir la contaminación ambiental producida por los vehículos automotores terrestres, en las empresas de venta de vehículos en la ciudad quito, sector sur. El mismo fue creado en noviembre del 2011 y se implanto desde el año 2012, en sus primeros años el mismo contaba con un porcentaje de descuento del 80%, para luego bajar al 50% y finalmente terminar pagando el 100% del impuesto para el año 2019. Este tributo formaba parte de la Ley de Fomento Ambiental y optimización de los ingresos del Estado. Para poder entender con más detalle qué tipo de problemas ocasiono, se debe primero determinar a qué tipos de automóviles afecto este impuesto, y es que todo auto con un cilindraje mayor a 1500 centímetros cúbicos y con cinco o más años de antigüedad se vería afectado.

La principal problemática con la derogación de este decreto proviene del hecho de que muchas entidades de venta de automotores

contaban ya con un stock de vehículos de las características que comprende esta ley, asumiendo ya los costos de este impuesto que por ende ya no podrían recuperarlos al momento de vender, es decir, no se podría realizar la venta al monto que tenían previsto. De igual forma muchas entidades ya tenían el stock de vehículos que no gravaban este impuesto considerando que el mercado exigía automotores de estas características, sin embargo, la tendencia después de la derogación cambio, sin trabas para este tipo de vehículos, la demanda por otros con diferentes características puede poner en aprietos económicos a las entidades, mismas que no podrán sustentar la nueva demanda.

Para el cálculo del pago se tomaba en cuenta tanto el cilindraje como los años de antigüedad, y en ningún caso se podría pagar más del 40% del avalúo del automotor, adicional el pago debía darse de acuerdo a una tabla que se encontraba publicada en el artículo 10 del Reglamento del Impuesto Anual a los Vehículos Motorizados.(LEY DE FOMENTO AMBIENTAL Y OPTIMIZACION INGRESOS DEL ESTADO DEL ECUADOR, 2011)

Se debe recalcar que, si bien el IAVC estaba centrado a la contaminación ambiental, es decir entre más se usaba un vehículo y este emitía más contaminación más seria el valor

a pagar, la realidad demostró que esto no sucedía de esta forma, ya que se analizó que dicho tributo se pagaba independientemente del uso del automotor. Como la consideración más importante a este tributo, se debía tener en cuenta que para poder obtener la matrícula vehicular se exigía el pago del mismo. (Alcívar, 2016)

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo General

Analizar los efectos causados por la derogación del impuesto verde dentro de las empresas de venta de automotores ubicadas al sur de Quito, abarcando desde los posibles beneficios, oportunidades de mejora y también las dificultades que este sector ha tenido que experimentar financiera y administrativamente.

2.2 Objetivos Específicos

- Determinar cómo se desarrollaba antes y después de la derogación, la gestión de las empresas de venta de automotores de la zona sur de Quito.
- Establecer los efectos económicos que tendrá la derogación dentro de las empresas en el sector escogido.
- Generar un análisis comparativo de la situación económica de dichas

entidades antes y después de la derogación.

3 JUSTIFICACIÓN

La Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los ingresos del Estado (Registro Oficial, 583, 2011), En la cual estaba incluido el impuesto verde, fue derogado el 15 de agosto del 2019 después de un amplio debate dentro de la Asamblea Nacional todo esto formó parte de un gran proceso que conllevaba una reforma al proyecto de ley en cuestión. El impuesto se vio eliminado debido a diferentes argumentos dentro de los cuales destacaron el hecho de que no había cumplido su principal objetivo el cual fue el cambiar la conducta social de los ciudadanos y convertirlos en personas responsables con el medio ambiente. (LEY DEROGATORIA AL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR (IMPUESTO VERDE), 2019) De acuerdo con varios medios de comunicación, en la Asamblea Nacional se expresó que dicho tributo no solo perjudicaba a las clases sociales más bajas, sino que la aprobación del mismo se realizó de forma ilegítima, sin cumplir con el órgano regular dictado en el artículo 140 de la Constitución de la República del Ecuador del 2008, que establece: “La Presidenta o Presidente de

la República podrá enviar a la Asamblea Nacional proyectos de ley calificados de urgencia en materia económica. La Asamblea deberá aprobarlos, modificarlos o negarlos dentro de un plazo máximo de treinta días a partir de su recepción...”. Dicho artículo se incumplió, dado que la Asamblea no debatió, ni aprobó la normativa, sino que el expresidente Rafael Correa promulgó el mismo como decreto en el Registro Oficial N° 583 del 2011. (“Diario La Hora,” 2019) (Chicaiza, 2014)

Adicionalmente debemos tomar en cuenta que este tributo tuvo exenciones entre las que se encontraban vehículos que como propietarios tenían al sector público,

vehículos de transporte urbano de pasajeros, busetas escolares y taxis, automóviles cuyo funcionamiento estaba directamente ligado con su actividad, ambulancias y autos clásicos. (LEY DEL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR, 2011) Este factor limita aún más la capacidad de recolección de este impuesto y hace más pequeño el sector al cual va dirigido aumentando de forma exponencial el impacto a este nicho en específico. De acuerdo con el Gráfico 1 en los primeros tres años de la aplicación de la norma no se vio ningún cambio en la conducta ambiental de los ciudadanos.

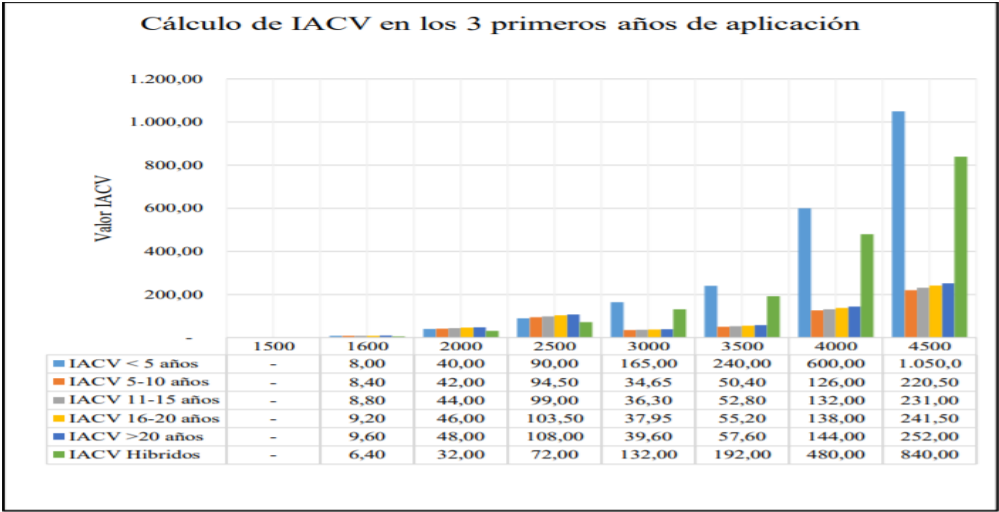


GRÁFICO 1: Cálculo de IACV (Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular) e los 3 primeros años de aplicación. Tomado de: Alcívar, N. (2016). *Evaluación del Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular: análisis comparativo con otros países de América Latina*.

Como podemos observar en los 3 primeros años de aplicación los automóviles más antiguos y de mayor cilindraje pagaron

menos impuestos en comparación a los autos nuevos e híbridos, con esto era de esperarse que nadie optara por estos nuevos modelos y

por lo tanto la conducta del comprador fue la misma descartando totalmente el objetivo de cuidado medioambiental que se esperaba en la ciudadanía. (Alcívar, 2016)

Luego de ver estos precedentes, se puede contemplar que la justificación de este trabajo es variada, en primer lugar, permitirá conocer si se cumplieron los objetivos para los cuales fue creado el tributo, a quienes afectó y de qué forma lo hizo; así como la tendencia de la demanda antes de la aplicación de la derogación, en las cuales se incluyen agentes económicos como el poder de adquisición de las personas o de las mismas entidades. En segundo lugar, se entenderá qué tipo de vehículos eran comercializados para evadir dicho impuesto, que tan alto era el stock de los mismos y en el caso de vehículos que si incurrían en el impuesto como era el proceso de costeo de las entidades. Finalmente se analizará el cambio de la demanda del sector automotriz una vez derogado dicho impuesto. Una vez establecidos los puntos anteriores se podrán dilucidar los efectos positivos y negativos de la derogación de este tributo, la forma en que afectó al sector de venta de automotores y las estrategias utilizadas por

las compañías para cubrir las necesidades generadas. Esto sentará un precedente para que en un futuro exista un proceso mejor configurado al momento de la creación de leyes relacionadas con el medio ambiente y el sector automotor, que tome en cuenta beneficios y perjuicios en todos los sectores.

4 MARCO TEÓRICO

4.1 Impuestos verdes o ambientales: ¿Qué son y qué implican?

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Agencia Internacional de Energía (IEA, por sus siglas en inglés) y la Comisión Europea han acordado definir los impuestos relacionados con el medio ambiente como cualquier pago obligatorio sin contrapartida cobrado por el gobierno general sobre bases fiscales consideradas de relevancia medioambiental particular. Desde esta perspectiva, las principales categorías de bases imponibles con interés ambiental se pueden observar en la figura 1.

(Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), 2013).

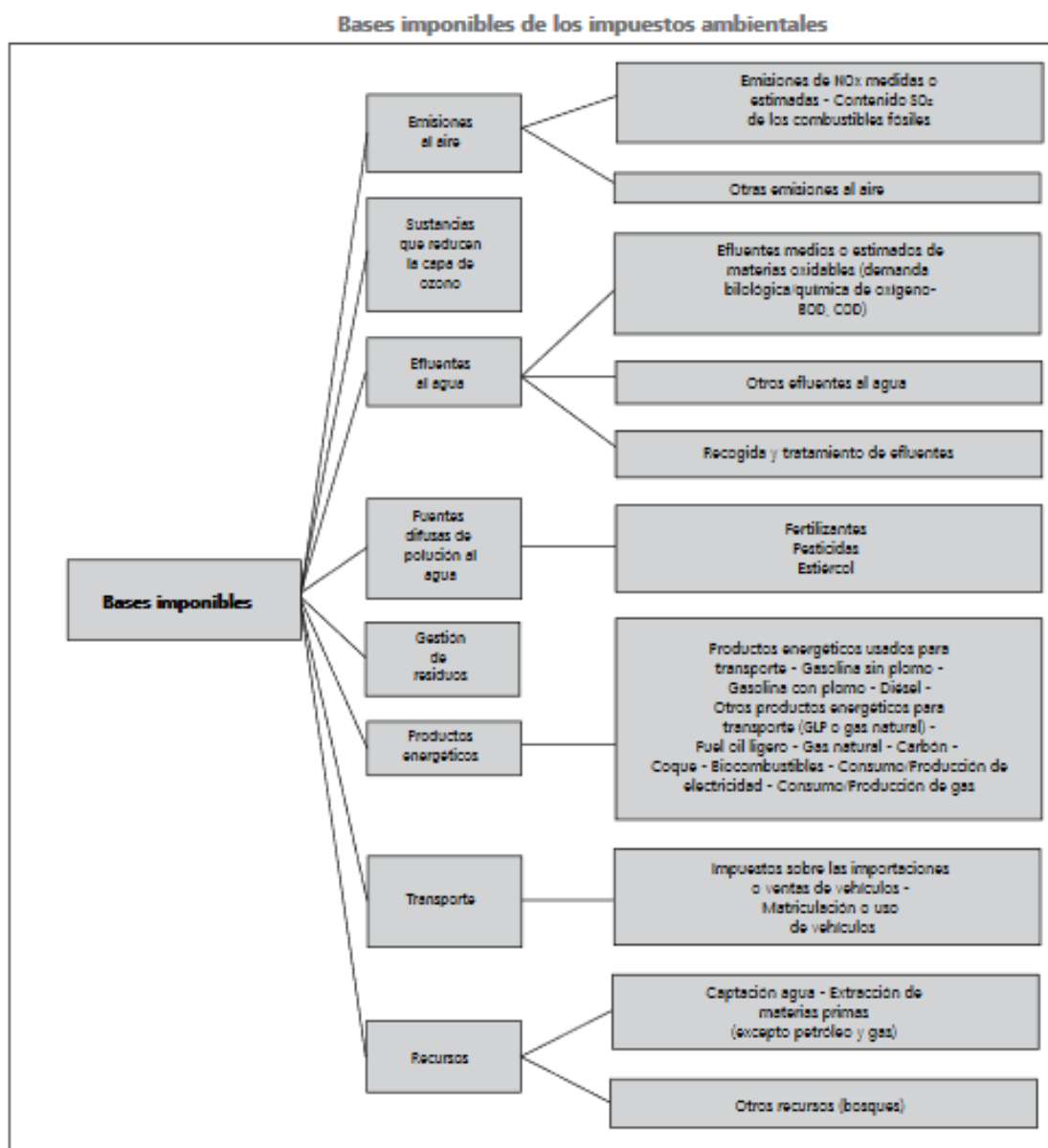


Figura 1: Bases imponibles de los impuestos ambientales.

Tomado de: Vera, L. (2019). Impuestos ambientales y equidad: desafíos para América Latina y el Caribe

4.2 Aplicación y efectividad de los impuestos ambientales

Como describe la Agencia Europea de Medio Ambiente en su informe sobre la Aplicación y efectividad del tributo ambiental sobre el medio ambiente en el año 2016: “Una de las

ventajas decisivas de los impuestos medioambientales es que corrigen las señales de precio falsas en el mercado, incorporando a los precios los costes de la contaminación y otros costes medioambientales -un proceso que consiste

tanto en 'determinar correctamente los precios' como en aplicar el 'principio de que quien contamina, paga'.”

A pesar de que dicha aseveración es correcta, la aplicación de los tributos verdes implica una serie de obstáculos tanto sociales como legales antes de su correcta instauración en un país. Para entender de mejor estas trabas se debe establecer una distinción entre la incidencia legal y económica de los impuestos. La incidencia legal se refiere a quién paga legalmente el impuesto, mientras que la incidencia económica se refiere a quien realmente soporta la carga del mismo; con base en evidencia empírica se ha observado que la imposición de tributos ambientales impondría una carga más pesada en hogares de bajos ingresos que en hogares de altos ingresos. Así, y a pesar de la posible aceptabilidad social que los impuestos ambientales generan por su carácter finalista, su impacto regresivo a menudo se considera políticamente inaceptable y dificulta la aprobación y puesta en práctica de reformas fiscales ambientales. Sin embargo, también hay evidencia empírica que indica que varios factores podrían mitigar, o incluso eliminar, la regresividad de reformas fiscales ambientales, y esto debe tenerse en cuenta al

juzgar el efecto distributivo de normas o paquetes de reforma tributaria. (Vera, 2019)

Otro punto que se debe analizar es la eficiencia económica, es decir, si el impuesto consigue corregir el fallo de mercado producido, logrando así, una asignación óptima en ese mercado. El impuesto debe lograr internalizar la externalidad ambiental, es decir, que los efectos externos generados por la producción y el consumo de un bien se reflejen totalmente en los precios del mercado. Además, el tributo debe ser eficaz en la corrección del problema ambiental. (Vera, 2019)

A menudo se sugiere a los legisladores que separen los objetivos de eficiencia de los objetivos de equidad pues puede existir un conflicto, ya que un determinado impuesto si bien puede ser eficiente, eventualmente podría afectar a las clases sociales más bajas y llevar a la decisión de anular el tributo, lo que se observa con frecuencia en el debate político cuando se considera la aplicabilidad de los impuestos ambientales. (Vera, 2019)

Elementos ambientales en las Reformas Tributarias recientes en América Latina

País	Tipo de impuestos	Utilización de los recursos	Otras características de la reforma
Argentina 2013	Impuesto a automóviles y motocicletas de alta gama, embarcaciones y aeronaves deportivas: del 10% a un rango entre el 30% y el 50%		IR: Cambios en el IRP (aumento del mínimo no imponible) Cambios en la tributación al capital (eliminación de exención de compraventa en acciones y títulos no cotizados)
Bolivia (Estado Plurinacional de) 2007	IRE: alícuota adicional para la minería del 12,5%. Regalía minera acreditable al impuesto sobre las utilidades de las empresas (IUE) (si los precios son bajos)	Sin reciclaje expreso. Consolidación fiscal.	
Brasil 2013	Impuesto sobre los productos industrializados (IPI): extensión de la reducción para vehículos y tasa 0 para ciertos azúcares de caña Reducción de impuestos y tarifas a la energía eléctrica	Sin reciclaje expreso. Consolidación fiscal.	
Chile 2014	Impuesto sobre el carbono	Consolidación fiscal	
Costa Rica 2009-2013	Impuesto de 25 dólares en cada exportación de mercancías que salen por un puesto fronterizo terrestre	Sin reciclaje expreso. Consolidación fiscal.	
Ecuador 2007-2010-2013	Exclusión de los vehículos híbridos y eléctricos del IVA (tasa 0) Nueva tarifa progresiva del ICE para vehículos híbridos y eléctricos Impuesto ambiental a la contaminación vehicular Impuesto a las botellas de plástico no retornables: 0,02 dólares por unidad	Sin reciclaje expreso. Consolidación fiscal.	IRP: del 25% al 35% (tasa máxima y nuevos tramos) IRE: del 25% al 22% (en 2013)
Guatemala 2009-2012	Impuesto sobre circulación de vehículos terrestres, marítimos y aéreos (ISCV): aumentan las tasas y valores mínimos según tipo de vehículo Reducción del 50% del impuesto sobre la circulación de vehículos (2013) Se establece un impuesto específico a la primera matrícula de vehículos automotores terrestres	Sin reciclaje expreso	IRE: del 31% al 25% IRP: de un rango entre el 15% y el 31% (con 4 tramos) a tasas del 5% y el 7% (con 2 tramos) IRP: aumento del mínimo exento asalariado
Honduras 2010-2011-2012	Sobretasa (ecotasa) para la importación de vehículos usados: entre 5.000 y 10.000 lempiras		IR: Aportación solidaria temporal: del 5% al 10% (hasta 2015) Ciertos rubros: del 10% al 25% (bienes muebles o inmuebles, minería y regalías) IRP: aumento del mínimo exento
México 2014	Impuesto al carbono	Financiamiento de proyectos de mitigación específicos que deben demostrar beneficios ambientales tangibles	Sistema de compra-venta de bonos de carbono como mecanismo sustitutivo.
Nicaragua 2009-2012	Aumentos de tasa para vehículos	Sin reciclaje específico	Dividendos e intereses: 10% IRP: aumento del mínimo exento para rentas del trabajo
Perú 2007-2012	Modificación de las tasas del ISC de combustibles, proporcional a la nocividad del combustible Eliminación de la tasa del ISC del 10% a la importación de automóviles nuevos que utilicen gas natural o gasolinas como combustible	Sin reciclaje específico	IVA: Del 19% al 18% IR: Eliminación de exoneraciones a intereses y ganancias de capital Ampliación del gravamen a dividendos
República Dominicana 2012-2013	Aumento de los impuestos especiales (hidrocarburos entre otros) con la introducción de un ad valorem	Sin reciclaje expreso	IRE: del 29% al 27% (2013-2015) Gravamen sobre dividendos (incluidas zonas francas) e intereses de residentes: 10%
Uruguay 2007-2012-2013	Incremento de las tasas máximas del impuesto específico interno (IMESI) para vehículos automotores		IRP: del 25% al 30% (tasa máxima)

Tabla 1: Elementos ambientales en las Reformas Tributarias recientes en América Latina
Tomado de: Fanelli, J., & Jim, P. (2015). La reforma fiscal ambiental en América Latina. Comisión Económica Para América Latina y El Caribe (CEPAL): Estudios Del Cambio Climático En América Latina,

4.3 Nacimiento del Impuesto Verde en el Ecuador

Antes del 2011, los impuestos ambientales no habían sido utilizados, ni discutidos siquiera, en el ámbito de la política ambiental o tributaria en Ecuador; sin embargo, la creciente contaminación ambiental que se vivía dentro de las principales urbes hizo necesaria la implementación de impuesto o tributos que limiten la contaminación y ayuden a la conservación del medio ambiente. (Alcívar, 2016)

La idea de los tributos ambientales en el Ecuador nace a partir de la aplicación del Plan Nacional del Buen Vivir implementado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) durante el gobierno de Rafael Correa, donde se hace referencia al medio ambiente en el objetivo número 4 que señala: *“Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable”*. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – SENPLADES, 2009)

Para el 24 de noviembre del 2011 se emite la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Recursos del Estado en el Registro Oficial No. 583, todo esto enmarcado dentro de las funciones que dispone la Constitución para con el ejecutivo. Esta ley dispone la

aplicación de dos impuestos que tienen por objeto el reducir la contaminación y mejorar notablemente la condición del medio ambiente: El Impuesto Redimible a las Botellas Plásticas No Retornables y El Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular (IACV). El objetivo de los mismos es gravar con un tributo el uso de botellas plásticas y la contaminación emitida por los vehículos. (Alcívar, 2016)

4.4 Base Legal

Además del Plan Nacional del Buen Vivir el IACV se fundamenta en varios artículos de la Constitución Ecuatoriana del 2008, que se mencionan a continuación:

- El artículo 14, determina que se *“reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado”*; asimismo, hace hincapié en *“la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.”*
- El artículo 15, norma que *“El Estado promoverá, en el sector público y*

privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto.”

- El artículo 30, establece que “*las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable*”.
- El número 3 del artículo 83, regula como deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y ecuatorianos el de “*Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.*”
- El artículo 261, establece que el Estado Central tendrá, entre otras cosas, competencia para determinar las políticas económicas, tributarias y fiscal; así como también en los recursos minerales, hidrocarbúricos y la biodiversidad;
- El artículo 300 norma que la política tributaria promoverá la redistribución y estimulará el empleo, la producción de bienes y servicios, y conductas ecológicas, sociales y económicas responsables.

4.5 Objetivos del Impuesto Verde en el Ecuador

De acuerdo con Amoroso (2014) los objetivos de la aplicación del IACV en el Ecuador son tres fundamentalmente:

- Reducir la emisión de CO₂ que se traducen en contaminación ambiental, emitidas por automotores
- Que se realice un cambio de tendencias de consumo hacia vehículos menos contaminantes.
- Tratar de Incentivar el uso del transporte público dentro del país.

Todos ellos parten de un hecho generador que es la contaminación ambiental producida por los vehículos motorizados de transporte terrestre. (Amoroso, 2014) (LEY DEL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR, 2011)

TARIFAS A APLICAR SOBRE LA BASE IMPONIBLE

4.6 ¿En qué consiste el Impuesto Verde, quién lo debe pagar y cuáles son las exenciones?

Es un impuesto que grava la contaminación del ambiente producida por el uso de vehículos motorizados de transporte terrestre, lo debe pagar todo propietario de vehículo

motorizado de transporte terrestre cuyo cilindraje sea mayor a 1500cc. Se encuentran exonerados los vehículos de propiedad de las entidades del sector público, los destinados al transporte público de pasajeros, de transporte escolar y taxis, los vehículos directamente relacionados con la actividad productiva del contribuyente, las ambulancias y hospitales rodantes, vehículos considerados como clásicos, los vehículos eléctricos y los vehículos destinados al uso y traslado de personas con discapacidad. (LEY DEL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR, 2011)

4.7 Tarifa y base imponible

La base imponible de este impuesto corresponde al cilindraje que tiene el motor del respectivo vehículo, expresado en centímetros cúbicos, a la que se le multiplicará las tarifas que constan en la tabla 2. (LEY DEL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR, 2011)

<i>No.</i>	<i>Tramo cilindraje – Automóviles y motocicletas</i>	<i>\$ / cc.</i>
<i>1</i>	<i>menor a 1.500 cc</i>	<i>0.00</i>
<i>2</i>	<i>1.501 - 2.000 cc.</i>	<i>0.08</i>
<i>3</i>	<i>2.001 - 2.500 cc.</i>	<i>0.09</i>
<i>4</i>	<i>2.501 - 3.000 cc.</i>	<i>0.11</i>
<i>5</i>	<i>3.001 - 3.500 cc</i>	<i>0.12</i>
<i>6</i>	<i>3.501 - 4.000 cc.</i>	<i>0.24</i>
<i>7</i>	<i>Más de 4.000 cc.</i>	<i>0.35</i>

Tabla 2: Tarifas a aplicar sobre la base imponible
Tomado de: LEY DEL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR 2011

Factor de Ajuste: El factor de ajuste está directamente relacionado con el potencial de contaminación ambiental que provocan los autos, el mismo se mide porcentualmente. Este va hacer relación directa a los años de antigüedad o también a la tecnología usada por el motor, conforme a la tabla 3. (LEY DEL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR, 2011)

FACTOR DE AJUSTE

No.	Tramo de Antigüedad (años) – Automóviles	Factor
1	menor a 5 años	0%
2	de 5 a 10 años	5%
3	de 11 a 15 años	10%
4	de 16 a 20 años	15%
5	mayor a 20 años	20%
6	Híbridos	-20%

Tabla 3: Factor de ajuste
Tomado de: LEY DEL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR 2011

Cuantía del Impuesto: La liquidación de este impuesto la realizará el Servicio de Rentas Internas; para tal efecto, se aplicará la siguiente fórmula:

$IACV = [(b - 1500) t] (1+FA)$ Donde:

B = base imponible (cilindraje en centímetros cúbicos)

T = valor de imposición específica

FA= Factor de Ajuste

En ningún caso el valor del impuesto a pagar será mayor al valor correspondiente al 40% del avalúo del respectivo vehículo, que conste en la Base de Datos del Servicio de Rentas Internas, en el año al que corresponda el pago del referido impuesto. (LEY DEL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR, 2011)

4.8 Impacto económico

La recaudación anual del impuesto verde varió entre USD 95,7 y USD 119,9 millones cada año. Desde 2012 hasta mayo del 2019 hubo ingresos por USD 837,7 millones. Hasta diciembre de 2019, el Servicio de Rentas Internas (SRI) esperaba recaudar USD 164 millones por el cobro del Impuesto verde, sin embargo, las cifras solo llegaron a 57,4 millones. (Primicias, 2019)

4.9 Proceso de derogación del Impuesto Verde

De acuerdo con lo revisado en diversos medios de comunicación la iniciativa para la derogación del impuesto verde surge a principios del año 2019 de parte de varios legisladores del partido político CREO, quienes justificaron su accionar argumentando que el dinero recaudado por el impuesto no había tenido un destino correcto como lo es; planes de manejo, energías más limpias, movilidad y otros proyectos para mejorar el ambiente y la salud de las personas. Además, mencionaron que los fines fiscales pensados para el impuesto tampoco tuvieron éxito. (Orozco, 2019)

Según la legisladora Lourdes Cuesta este proceso es posible por un “hueco constitucional” que permite a la Asamblea

modificar o eliminar leyes de carácter económico urgentes que no fueron debatidas en el Pleno, sino que ingresaron por el ministerio de la Ley. (Diario El Universo, 2019) Es por ello que, con 90 votos a favor, el Pleno de la Asamblea Nacional aprobó el martes 9 de julio de 2019 la eliminación del llamado ‘impuesto verde’. La votación se tomó pasadas las 16:00 luego de un largo debate que inició en la mañana. (Primicias, 2019)

El viernes 16 de agosto del 2019, entra en vigencia la LEY DEROGATORIA AL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR (IMPUESTO VERDE), que menciona en los artículos 1 y 2:

- Artículo 1.- *“Deróguese el Capítulo I “IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR”, del Título innumerado “IMPUESTOS AMBIENTALES” y sus once artículos innumerados, agregados a continuación del Título Tercero denominado “Impuestos a los Consumos Especiales” de la Ley de Régimen Tributario Interno.”*
- Artículo 2.- *Deróguese la “Disposición Transitoria Segunda de la Ley de Régimen Tributario Interno,*

incluida con el artículo 16 de la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 583 de 24 de noviembre del 2011 y reformada por el apartado décimo tercero de la Disposición Reformatoria Segunda de la Ley Orgánica de Incentivos para Asociaciones Público-Privadas y la Inversión Extranjera”.

Una vez derogado el tributo, el único inconveniente para su aplicación fueron las multas acumuladas por la ciudadanía, para lo cual los artículos 4 y 5 de la misma ley explican:

- Artículo 4.- *Remisión recargos. Se dispone la remisión multas y recargos derivados del saldo de las obligaciones determinadas y/o pendientes de pago, correspondientes al Impuesto Ambiental la Contaminación Vehicular y a la tasa del Servicio Público para Pago de Accidentes de Tránsito, conforme a los términos y condiciones establecidas en la presente Ley y la resolución que para el efecto emita el Servicio de Rentas Internas y el ente*

regulador competente en materia de tránsito.

Podrán acogerse a la remisión prevista en este artículo, las obligaciones que se encuentren determinadas y/o pendientes de pago a la publicación de la presente ley en el Registro Oficial. No podrá alegarse pago indebido o pago en exceso respecto obligaciones tributarias pagadas con anterioridad la presente Ley, por concepto del Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular.

- *Artículo 5.- Plazo de remisión. Para beneficiarse de la remisión del cien por ciento (100%) de intereses, multas y recargos conforme a lo dispuesto en el artículo 4, los sujetos pasivos podrán:*
 - *Pagar hasta el 27 diciembre de 2019, el 100% del saldo de capital adeudado.*
 - *Concluido el plazo anterior, deberán pagar en el plazo de tres años el saldo del capital adeudado, conforme se señala en el siguiente artículo.*

Artículo 6.- *Plan excepcional de pago. El plan de pago al que hace referencia el literal b) del artículo anterior, se aplicará una vez*

concluido el plazo determinado en el literal a) del mismo artículo, en cuotas anuales por el plazo tres años conforme las condiciones, requisitos y procedimientos que para el efecto establezcan el Servicio de Rentas Internas el ente regulador competente en materia de tránsito.

Los valores determinados e impagos del Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular correspondientes al año 2019, tendrán una rebaja del 50% del valor a pagar, otorgándose así a los contribuyentes las mismas condiciones que se encontraban vigentes en el año 2018, en virtud de lo dispuesto en la Disposición Transitoria Segunda de la Ley de Régimen Tributario Interno, agregada por el artículo 16 de la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Ingresos del Estado.

La mora mayor a 90 días en el pago de una de las cuotas dará lugar a que se deje insubsistente la remisión contemplada en esta Ley, debiéndose proceder al cobro de la totalidad de lo adeudado, incluyendo intereses, multas y recargos, de conformidad con lo establecido en esta Ley; y, los pagos parciales que se hubieren realizado se imputarán conforme a las reglas generales contenidas en Código Tributario.

4.10 Agentes económicos que intervienen en la comercialización de vehículos



Ilustración 1: Agentes económicos

Tomado de: Economía Finanzas website: <https://www.economiafinanzas.com/agentes-economicos/>

Debido a las variadas relaciones que se presentan en el sector económico, se definen tres grupos grandes como agentes económicos, estos son: las familias, las empresas y el estado. Este último tiene un papel mayormente importante, pues tiene a su cargo el definir las directrices con las cuales los otros agentes deben ir manejando su

economía y/o giro de negocios.(Urbano, 2019)

Para el objeto de esta investigación se ha hecho énfasis en las cifras que el Impuesto Verde le ha permitido recaudar al estado durante el año 2019, mismas que se muestran en la Tabla 4 y el Gráfico 1.

VALORES RECAUDADOS POR EL IMPUESTO VERDE AÑO 2019

Provincia / Cantón	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
PICHINCHA	2.220.014	4.095.767	3.389.452	3.557.837	3.292.340	2.881.658	2.976.318
QUITO	2.027.365	3.674.345	3.027.842	3.143.248	2.930.100	2.544.238	2.618.469
% de Recaudación	91%	90%	89%	88%	89%	88%	88%

Provincia / Cantón	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total Recaudación
PICHINCHA	2.820.432	2.992.110	2.278.183	2.332.863	2.631.374	35.468.347
QUITO	2.457.786	2.649.363	2.006.501	2.034.236	2.324.330	31.437.824
% de Recaudación	87%	89%	88%	87%	88%	89%

Tabla 4.- Valores recaudados por el Impuesto Verde año 2019

Tomado de: Servicio de Rentas Internas del Ecuador (2019). Retrieved from SRI website: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri>

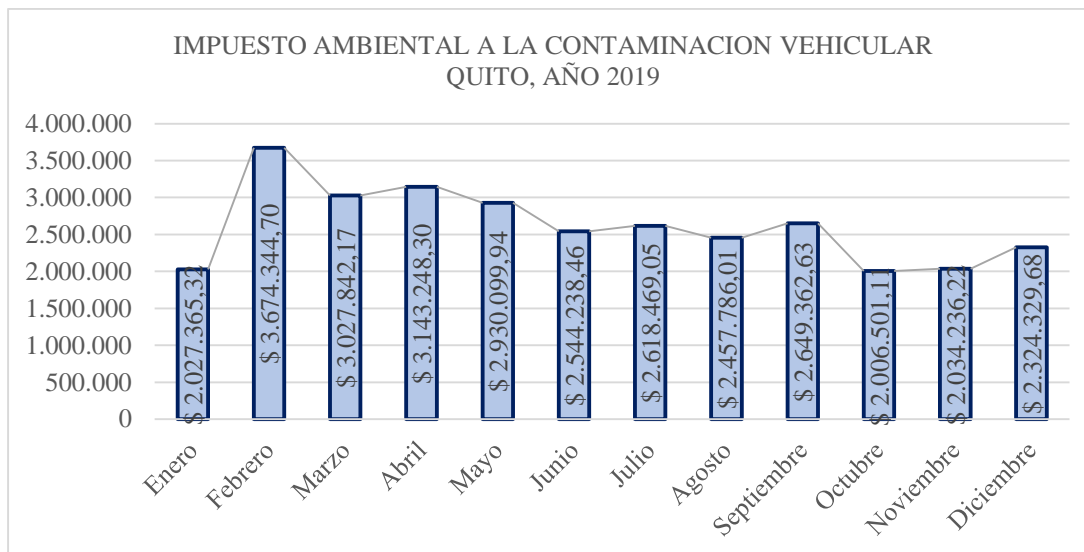


Gráfico 1: Impuesto ambiental a la contaminación vehicular, Quito año 2019

Datos tomados de: Servicio de Rentas Internas del Ecuador (2019). Retrieved from SRI website: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri>

Elaboración propia

Para el porcentaje de recaudación se ha estimado la relación entre el valor total del cantón Quito sobre el valor total de la provincia de Pichincha. Así también, se puede observar que el porcentaje recaudado

por este impuesto inicia con un 91% en el mes de enero y cierra el ejercicio fiscal con un 88%, es decir, hay una reducción de 3 puntos; y, que en el mes donde se emite su derogación hay una baja al 87%.

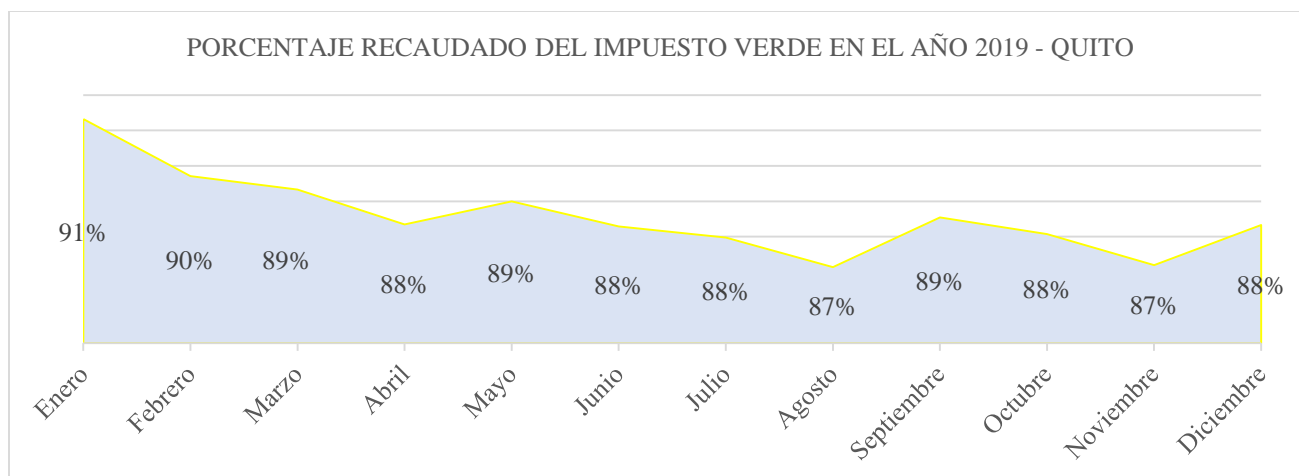


Gráfico 2: Porcentaje recaudado del impuesto verde en el año 2019 – Quito

Datos tomados de: Servicio de Rentas Internas del Ecuador (2019). Retrieved from SRI website: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/estadisticas-generales-de-recaudacion-sri>

Elaboración propia

5 MARCO METODOLÓGICO

5.1 Diseño de la investigación

El diseño de esta investigación es de tipo formal, pues se observará una metodología específica en pos de lograr los objetivos propuestos.

5.2 Tipo de investigación

El tipo de investigación a aplicar para el desarrollo de este proyecto de fin de carrera es:

- Transversal: En la muestra seleccionada de empresas que comercializan automotores en el sur de Quito, se medirá en un punto determinado del tiempo como lo es desde su aplicación en el año 2011 hasta su derogación en septiembre del año 2019, las variables determinantes

de su capacidad de gestión, y su capacidad económica dentro del marco de la implantación y derogación del Impuesto Verde.

- Analítica: Se estudiará mediante entrevistas y cuestionarios dirigidos a las empresas seleccionadas, la gestión operativa y económica que desarrollan las empresas que comercializan automotores en el sur de Quito, antes y después de la derogación.
- Descriptiva y explicativa: Los datos recabados del estudio de campo se procesarán para en forma descriptiva, presentar el diagnóstico de la gestión operativa y económica que desarrollan las empresas que comercializan automotores en la Zona

sur de Quito, de los factores que condicionan el modelo asociativo, y la propuesta.

5.3 Métodos de investigación

La investigación se desarrollará basado en el método científico y se fundamentará en métodos formales de evaluación financiera; en este proceso se aplicarán los métodos:

- Método deductivo directo, al analizar la información de campo recabada, se caracterizará directamente la gestión operativa y económica de las empresas que comercializan automotores en la Zona sur de Quito, y su gestión antes y después de la derogación del impuesto en estudio.
- Método analítico, permitirá establecer cada una de variables que comprende la gestión financiera, para evidenciar los cambios más significativos dados por el cambio de la ley, dentro de la muestra establecida en el caso.

Los resultados de la investigación aplicada serán tratados mediante métodos estadísticos y presentados en tablas y gráficos, juntamente con el análisis de los valores.

5.4 Población y muestra

5.4.1 Población

Es un conjunto grande de individuos que reúne características determinadas, y que pueden ser verificados, analizados para de este modo sacar conclusiones con relación al objeto de estudio, con la finalidad de entregar un criterio real que se pueda interpretar de forma lógica y razonable.

Dicho de este modo, en la presente investigación se alude que en la ciudad de Quito existen aproximadamente 43 empresas que comercializan automotores, y las cuales están afiliadas a la AEADE (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador) por lo tanto, estas entidades se han definido como población para la presente investigación (ver anexo 1).

5.4.2 Muestra

Para la realización del estudio de campo se seleccionaron 13 empresas legalmente constituidas y con estado operativo dentro de la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, al considerar que solo estas se ubican en la zona de estudio (Zona sur), se seleccionaron las mismas en su totalidad y se detallan en la tabla 5.

EMPRESAS QUE COMPRENDEN LA MUESTRA

EMPRESA	LÍNEA DE NEGOCIO (S)	PÁGINA WEB	SECTOR
AEKIA S.A.	Importa vehículos, repuestos y talleres marca KIA MOTORS		Sur
AUTEC S.A.	Venta de camiones Kenworth, Daf, chasis de bus Agrale, furgonetas Ventura, vehículos Land Rover, servicio de post venta y repuestos.	www.autec.ec	Sur
AUTODELTA CIA. LTDA.	Comercialización de vehículos, talleres, repuestos marcas: NISSAN, RENAULT	www.autodelta.com.ec	Sur
AUTOLANDIA S.A.	Comercialización vehículos, repuestos y talleres CHEVROLET		Sur
AUTOMOTORES ANDINA S.A.	Comercialización vehículos, partes y piezas MARCAS: MAZDA, HYUNDAI, SANG YONG	www.automotoresandina.com	Sur
AUTOMOTORES CONTINENTAL S.A.	Comercialización vehículos, repuestos y talleres CHEVROLET	www.automotorescontinental.com.ec	Sur
CASA BACA S.A.	Vehículos, repuestos y Servicios Toyota e Hino	www.casabaca.com	Sur
CORPORACIÓN MARESA (Manufacturas, Armaduras y Repuestos Ecuatorianos S.A.)	Ensamblaje de vehículos marca Mazda.	www.corpmaresa.com.ec	Sur
ECUA - WAGEN S.A.	Venta vehículos seminuevos, repuestos y talleres VOLKSWAGEN	www.ecua-wagen.com	Sur
METROCAR S.A.	Concesionario automotriz, vehículos nuevos, usados, repuestos, taller marca Chevrolet	www.metrocar-ecuador.com	Sur
PROAUTO C.A.	Comercialización Vehículos livianos, vehículos pesados, repuestos, talleres, chapa y pintura marca Chevrolet	www.proauto.com.ec	Sur
RECORDMOTOR S.A.	Importador Vehículos, repuestos y servicios Honda - Comercializador marca Volkswagen	www.recordmotor.ec	Sur
VALLEJO ARAUJO S.A.	Comercialización de vehículos y repuestos CHEVROLET.	www.vallejoaraujo.com	Sur

Tabla 5: Empresas que comprenden la muestra

Tomado de: Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador. (2019). Concesionarias. Retrieved from <http://www.aeade.net/afiliados/#1481667035989-46f01d82-1209>

5.4.3 Encuesta

Se define como encuesta a la entrevista o conversación entre dos personas que abarcan un tema de interés común: el encuestado y el encuestador para la obtención de información específica, se puede utilizar preguntas cerradas, abiertas y mixtas, según la necesidad de la información por recopilar.

6 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

1. ¿Conoce Usted qué es el Impuesto Verde?

CONOCIMIENTO DEL IMPUESTO VERDE

PREGUNTA	RESPUESTA			
1.- ¿Conoce Usted qué es el impuesto Verde?	SI	NO	SUMAN	%
Empresa 1	1	0	1	9,09%
Empresa 2	1	0	1	9,09%
Empresa 3	1	0	1	9,09%
Empresa 4	1	0	1	9,09%
Empresa 5	1	0	1	9,09%
Empresa 6	1	0	1	9,09%
Empresa 7	1	0	1	9,09%
Empresa 8	1	0	1	9,09%
Empresa 9	1	0	1	9,09%
Empresa 10	1	0	1	9,09%
Empresa 11	1	0	1	9,09%
TOTAL	11	0	11	100%
Porcentaje	100%	0%		

Tabla 6: Conocimiento del Impuesto Verde
Elaboración propia

Para el presente trabajo de investigación, la encuesta se estructuró de seis preguntas cerradas, siete abiertas, y una mixta (ver anexo 2).



Gráfico 3: Conocimiento del Impuesto Verde
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

De la población encuestada el 100% manifestó conocer de alguna forma y en cierto nivel sobre que se trataba el Impuesto Verde, lo cual indica una preocupación debido a las leyes que puedan afectar su negocio y, por lo tanto, sus ingresos.

2. ¿Cree Usted que la implementación del Impuesto Verde afectará a su negocio?

AFECTARÁ LA LEY A SU NEGOCIO

PREGUNTA	RESPUESTA			
	SI	NO	SUMAN	%
2.- ¿Cree Usted que la implementación del Impuesto Verde afectará a su negocio?				
Empresa 1	0	1	1	9,09 %
Empresa 2	0	1	1	9,09 %
Empresa 3	1	0	1	9,09 %
Empresa 4	0	1	1	9,09 %
Empresa 5	0	1	1	9,09 %
Empresa 6	1	0	1	9,09 %
Empresa 7	1	0	1	9,09 %
Empresa 8	1	0	1	9,09 %
Empresa 9	1	0	1	9,09 %
Empresa 10	1	0	1	9,09 %
Empresa 11	1	0	1	9,09 %
TOTAL	7	4	11	100 %
Porcentaje	63,64 %	36,36 %		

Tabla 7: Afectará la ley a su negocio
Elaboración propia

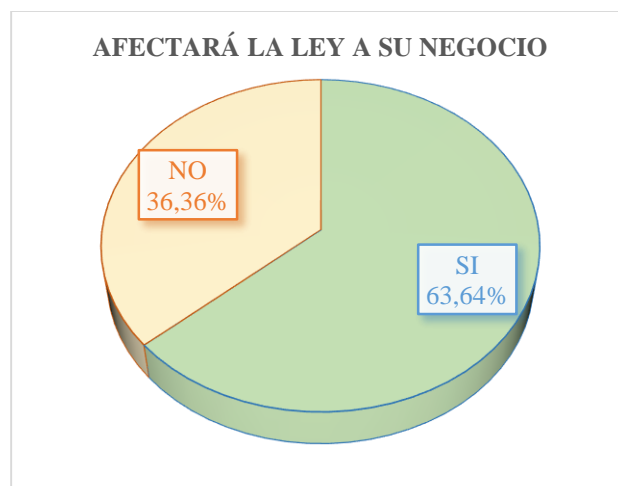


Gráfico 4: Afectará la Ley a su negocio
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

Del total de empresas encuestadas, se obtuvo como resultado que un 63.64% mostró una afectación en sus ventas debido a la implementación del Impuesto Verde, sobre todo en autos usados y de mayor potencia. Mientras que un 36.36 % expresó que al no vender vehículos de alta gama ni de las características de la aplicación del Impuesto, no sintieron realmente un impacto económico; sin embargo, hay que destacar que la gran mayoría si muestra una inconformidad y entre estos supieron decir que su producto se encareció, tuvieron una disminución en ventas y pago excesivo de matrículas.

3. ¿Cree Usted que, al implementar el Impuesto Verde en su negocio, tendría una caída en las ventas?

CAÍDA EN VENTAS

PREGUNTA	RESPUESTA				
	SI	NO	¿En qué porcentaje?	SUMAN	%
3.- ¿Cree Usted que, al implementar el impuesto verde en su negocio, tendría una caída en las ventas?					
Empresa 1	0	1	0	1	9%
Empresa 2	0	1	0	1	9%
Empresa 3	1	0	10%	1	9%
Empresa 4	0	1	10%	1	9%
Empresa 5	1	0	10%	1	9%
Empresa 6	1	0	20%	1	9%
Empresa 7	1	0	0	1	9%
Empresa 8	1	0	10%	1	9%
Empresa 9	0	1	0	1	9%
Empresa 10	1	0	30%	1	9%
Empresa 11	1	0	30%	1	9%
TOTAL	7	4	11%	11	100%
Porcentaje	63,64%	36,36%			

Tabla 8: Caída en ventas
Elaboración propia



Gráfico 5: Caída en ventas
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

Tomando como referencia la pregunta anterior, el 63.64% de las empresas encuestadas manifestaron que la implementación del Impuesto provocó bajas en las ventas, y el restante 36.36% consideraron pérdidas mínimas para sus negocios.

4. ¿Tuvo conocimiento previo de que iban a derogar el Impuesto Verde?

CONOCIMIENTO PREVIO A LA DEROGACIÓN DEL IMPUESTO

PREGUNTA	RESPUESTA			
4. ¿Tuvo conocimiento previo de que iban a derogar el impuesto verde?	SI	NO	SUMAN	%
Empresa 1	0	1	1	9,09%
Empresa 2	1	0	1	9,09%
Empresa 3	1	0	1	9,09%
Empresa 4	1	0	1	9,09%
Empresa 5	1	0	1	9,09%
Empresa 6	0	1	1	9,09%
Empresa 7	1	0	1	9,09%
Empresa 8	0	1	1	9,09%
Empresa 9	0	1	1	9,09%
Empresa 10	0	1	1	9,09%
Empresa 11	0	1	1	9,09%
TOTAL	5	6	11	100%
Porcentaje	45,45%	54,55%		

Tabla 9: Conocimiento previo a la derogación del impuesto
Elaboración propia

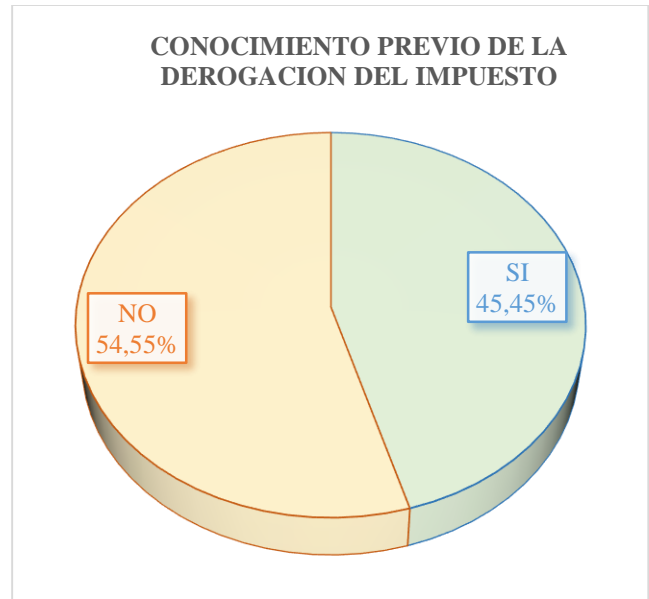


Gráfico 6: Conocimiento previo de la derogación del Impuesto
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

De la muestra seleccionada para esta investigación, un 45.45% tenía conocimiento sobre la derogación del Impuesto Verde, mientras que el restante 54.55% manifestó desconocer lo ocurrido; por lo que, para este segmento no hubo tiempo para prepararse en el ámbito de los inventarios y promociones de los vehículos, ocasionando caídas en sus ventas.

5. Explique de forma resumida los inconvenientes que causarían la derogación del Impuesto Verde a su negocio.

INCONVENIENTES DE LA DEROGACIÓN DEL IMPUESTO

PREGUNTA	RESPUESTA				
	Poca capacidad de satisfacer la demanda	Poco tiempo de anticipar la demanda	Ninguna	SUMAN	%
Empresa 1	0	1	0	1	9,09%
Empresa 2	1	0	0	1	9,09%
Empresa 3	0	1	0	1	9,09%
Empresa 4	1	0	0	1	9,09%
Empresa 5	0	0	1	1	9,09%
Empresa 6	1	0	0	1	9,09%
Empresa 7	0	1	0	1	9,09%
Empresa 8	1	0	0	1	9,09%
Empresa 9	0	0	1	1	9,09%
Empresa 10	1	0	0	1	9,09%
Empresa 11	0	1	0	1	9,09%
TOTAL	5	4	2	11	100%
Porcentaje	45,45%	36,36%	18,18%		

Tabla 10: Inconvenientes de la derogación del impuesto
Elaboración propia

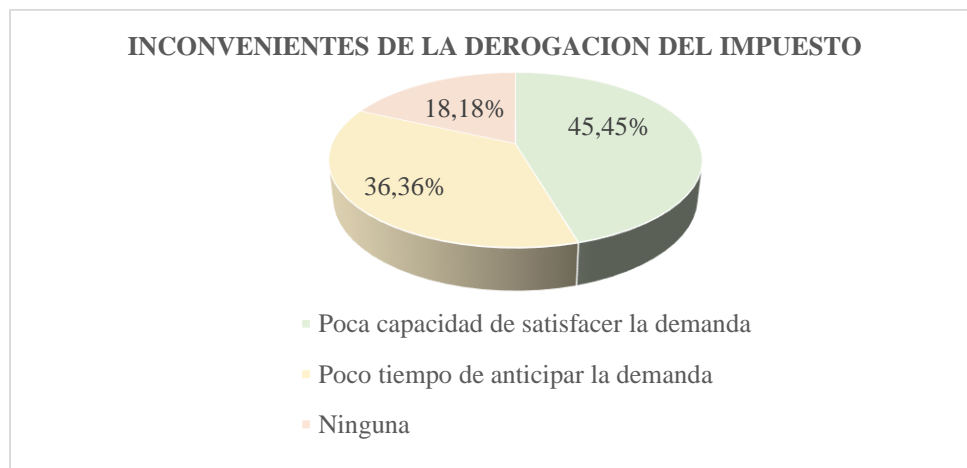


Gráfico 7: Inconvenientes de la derogación del Impuesto
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

De las variadas respuestas para esta pregunta, se pudo identificar tres declaraciones relevantes, dando como resultado lo siguiente: el 45.45% de los encuestados manifestó que

tuvo poca capacidad de satisfacer la demanda, un 36.36% indicó que fue poco el tiempo para anticipar la demanda y el restante 18.18% concluyó que no existía ningún tipo de inconveniente.

6. ¿Qué aspectos considera Usted dificultoso al momento de vender automóviles?

ASPECTOS DIFICULTOSOS AL MOMENTO DE VENDER AUTOS

PREGUNTA	RESPUESTA					
6.- ¿Qué aspectos considera Usted dificultoso al momento de vender automóviles?	Cilindrada	Precio	Impuestos para modelos en específico	Otro	SUMAN	%
Empresa 1	0	0	1	0	1	6,67%
Empresa 2	0	1	0	0	1	6,67%
Empresa 3	0	1	1	0	2	13,33%
Empresa 4	0	1	0	0	1	6,67%
Empresa 5	0	0	1	0	1	6,67%
Empresa 6	0	0	1	0	1	6,67%
Empresa 7	0	1	0	0	1	6,67%
Empresa 8	0	0	1	0	1	6,67%
Empresa 9	1	1	1	0	3	20,00%
Empresa 10	0	1	0	0	1	6,67%
Empresa 11	1	0	1	0	2	13,33%
TOTAL	2	6	7	0	15	100%
Porcentaje	13,33%	40,00%	46,67%	0,00%		

Tabla 11: Aspectos dificultosos al momento de vender autos
Elaboración propia

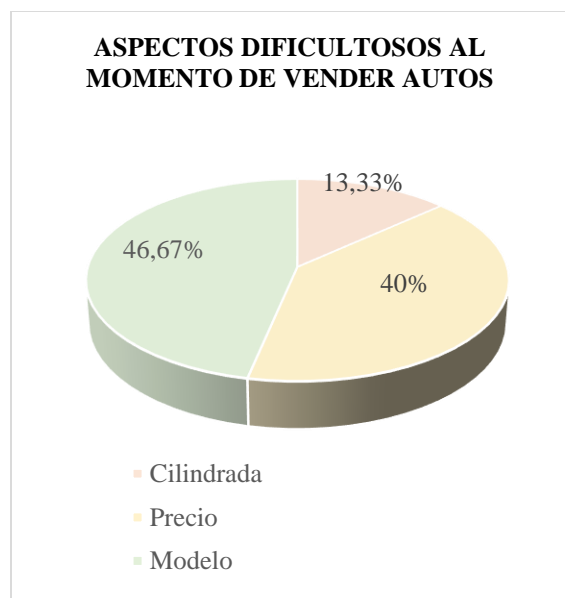


Gráfico 8: Aspectos dificultosos al momento de vender autos
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

Como se observa en el gráfico, los aspectos más relevantes para la venta de los vehículos recaen en: un 46.67% sobre el tipo de modelo que elige el usuario, un 40% en los precios de los autos, y dejando un 13.33% para el detalle de cilindrada de éstos. Criterios que ya se habían anticipado en la investigación previa de este artículo, por cuanto una Ley que afecte estas caracterizaciones iba a causar serios problemas y una baja en ventas al ser puesta en circulación.

7. Al implementarse el Impuesto Verde Usted tuvo pérdidas por:

PÉRDIDAS CON EL IMPUESTO VERDE

PREGUNTA	RESPUESTA					
	1000--- 10.000	10.000--- 50.000	50.000--- 100.000	100.000--- -a más	SUMAN	%
7.-Al implementarse el impuesto verde Usted tuvo pérdidas por:						
Empresa 1	0	1	0	0	1	11,11%
Empresa 2	1	0	0	0	1	11,11%
Empresa 3	0	0	0	1	1	11,11%
Empresa 4	0	1	0	0	1	11,11%
Empresa 5	0	0	0	0	0	0,00%
Empresa 6	0	1	0	0	1	11,11%
Empresa 7	0	1	0	0	1	11,11%
Empresa 8	0	1	0	0	1	11,11%
Empresa 9	0	0	1	0	1	11,11%
Empresa 10	0	0	0	0	0	0,00%
Empresa 11	0	0	1	0	1	11,11%
TOTAL	1	5	2	1	9	100%
Porcentaje	11,11%	55,56%	22,22%	11,11%		

Tabla 12: Pérdidas con el impuesto verde
Elaboración propia

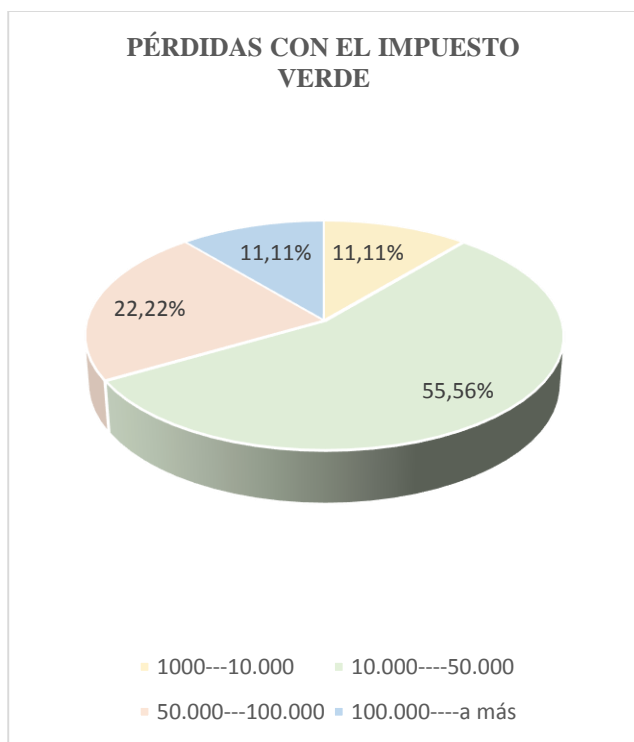


Gráfico 9: Pérdidas con el impuesto verde
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

Claramente se pudo identificar que, del total de los encuestados, el porcentaje mayoritario tuvo pérdidas que se encuentran entre los 10.000 y 50.000 dólares representando un 55.66% de los mismos, el siguiente grupo de relevancia tuvo pérdidas que en promedio están entre los 50.000-100.000 dólares con un 22.22%, como se puede observar las pérdidas fueron realmente altas considerando los porcentajes vistos en la población usada. Por último, con un 11.11% se tiene dos grupos que están entre los 1000-10.000 y de 100.000 en adelante respectivamente, que a pesar de que son los que mostraron menos relevancia al mismo tiempo ayudan a ver que todas las empresas sufrieron pérdidas que trataran de compensar.

8. ¿Qué modelos de autos fueron los que más decayeron en ventas al implementarse el Impuesto Verde?

MODELOS DE AUTOS AFECTADOS

PREGUNTA	RESPUESTA				
	Autos 1.8	Autos 2.0	Superiores a 2.0	SUMAN	%
8.- ¿Qué modelos de autos fueron los que más decayeron en ventas al implementarse el impuesto verde?					
Empresa 1	0	1	0	1	7,14%
Empresa 2	0	0	1	1	7,14%
Empresa 3	0	0	1	1	7,14%
Empresa 4	0	0	1	1	7,14%
Empresa 5	0	0	1	1	7,14%

Empresa 6	1	0	0	1	7,14%
Empresa 7	0	0	1	1	7,14%
Empresa 8	0	0	1	1	7,14%
Empresa 9	0	0	1	1	7,14%
Empresa 10	1	1	1	3	21,43%
Empresa 11	1	1	0	2	14,29%
TOTAL	3	3	8	14	100%
Porcentaje	21,43%	21,43%	57,14%		

Tabla 13: Modelos de autos afectados
Elaboración propia

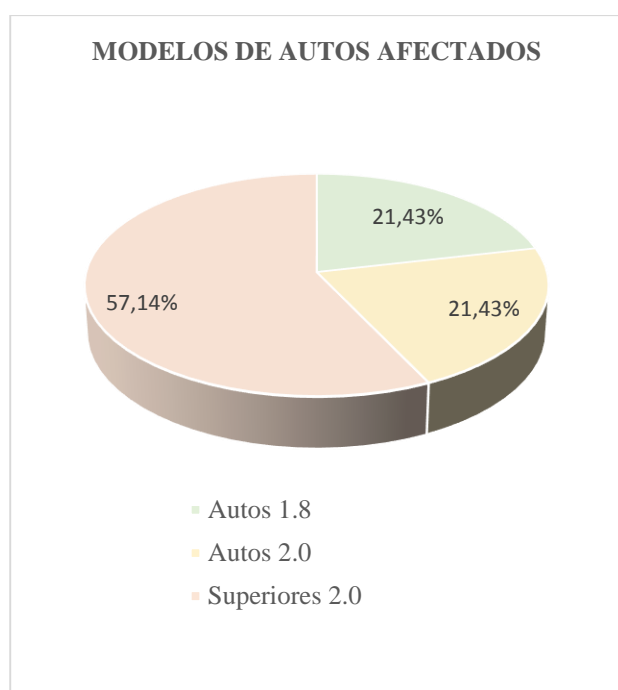


Gráfico 10: Modelos de autos afectados
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

En las empresas donde se empleó esta encuesta cuando se les preguntó acerca de los modelos de autos que más decayeron en ventas al implementarse el Impuesto Verde manifestaron que el cilindraje fue el aspecto más relevante así: el 57.14% en modelos superiores a 2.0 C.C., con un 21.43% se muestran los autos de 2.0 C.C. y 1.8 C.C respectivamente. Todos estos modelos son los que generan mayores ganancias a las entidades; y, visto de este modo al ser derogada la Ley no tuvieron tiempo de proveerse de dichos vehículos y por lo tanto recuperar un poco las pérdidas que sufrieron. Cabe indicar que la mayoría de las empresas con la implementación del Impuesto se abastecieron de vehículos con un cilindraje menor a 1.8 C.C.

9. De estos modelos anteriormente descritos, ¿Ustedes esperan que las ventas aumenten ahora sin el impuesto?

AUMENTO EN VENTAS

PREGUNTA	RESPUESTA			
9.- De estos modelos anteriormente descritos, ¿Ustedes esperan que las ventas aumenten ahora sin el impuesto?	SI	NO	SUMAN	%
Empresa 1	1	0	1	9,09%
Empresa 2	1	0	1	9,09%
Empresa 3	1	0	1	9,09%
Empresa 4	1	0	1	9,09%
Empresa 5	1	0	1	9,09%
Empresa 6	0	1	1	9,09%
Empresa 7	1	0	1	9,09%
Empresa 8	1	0	1	9,09%
Empresa 9	1	0	1	9,09%
Empresa 10	1	0	1	9,09%
Empresa 11	1	0	1	9,09%
TOTAL	10	1	11	100%
Porcentaje	90,91%	9,09%		

Tabla 14: Aumento en ventas
Elaboración propia

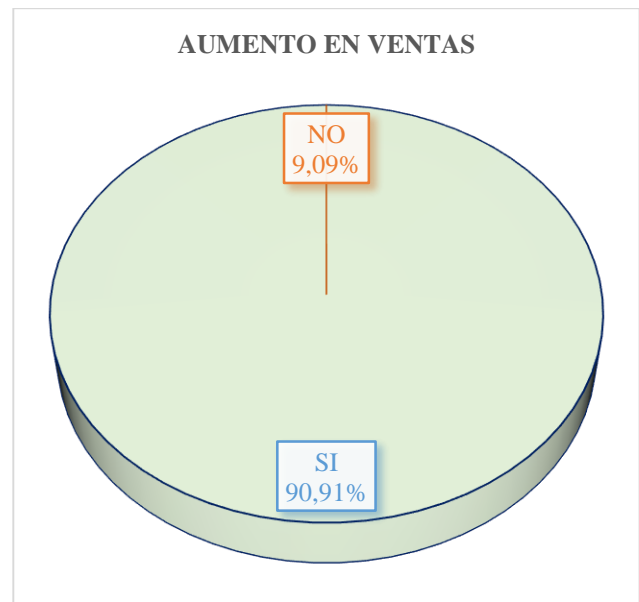


Gráfico 11: Aumento en ventas
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

Al no existir restricciones para la compra, se espera que las ventas despeguen con la promoción adecuada de ciertos modelos que no se comercializaban antes y que podrían generar utilidades para las entidades, por lo que el 90.91% de los encuestados han dado una respuesta afirmativa y un 9.09% fueron negativos en la misma.

10. ¿Se encuentran preparados para cubrir la demanda si llegara a aumentar?

SE ENCUENTRAN PREPARADOS PARA CUBRIR LA DEMANDA

PREGUNTA	RESPUESTA			
10.- ¿Se encuentran preparados para cubrir la demanda si llegara a aumentar?	SI	NO	SUMAN	%
Empresa 1	1	0	1	9,09%
Empresa 2	1	0	1	9,09%
Empresa 3	1	0	1	9,09%
Empresa 4	1	0	1	9,09%
Empresa 5	1	0	1	9,09%
Empresa 6	0	1	1	9,09%
Empresa 7	1	0	1	9,09%
Empresa 8	1	0	1	9,09%
Empresa 9	1	0	1	9,09%
Empresa 10	1	0	1	9,09%
Empresa 11	0	1	1	9,09%
TOTAL	9	2	11	100%
Porcentaje	81,82%	18,18%		

Tabla 15: Se encuentran preparados para cubrir la demanda
Elaboración propia



Gráfico 12: Se encuentran preparados para cubrir la demanda
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

Un 81.82% de las empresas encuestadas manifestaron que no estaban preparadas para cubrir el aumento de demanda en la venta de vehículos, esto es por cuanto no tuvieron un previo aviso y las mismas estaban acostumbradas a comercializar automóviles de baja gama debido a la implementación del impuesto. Por lo tanto, su derogación hace que la demanda cambie y las empresas no tienen el considerado un stock para poder cubrirla y tardaran al menos otros 6 meses en poder cumplir esto. Por otro lado, solo un 18.18% de las entidades manifestaron que se encontraban en capacidad plena de cubrir con el stock solicitado por el mercado.

11. ¿Usted ve más problemas o más beneficios en la derogación del impuesto?

EXISTEN MÁS PROBLEMAS O BENEFICIOS A LA DEROGACIÓN

PREGUNTA	RESPUESTA			
11.- ¿Usted ve más problemas o más beneficios en la derogación del impuesto?	Problemas	Beneficios	SUMAN	%
Empresa 1	1	0	1	9,09%
Empresa 2	0	1	1	9,09%
Empresa 3	0	1	1	9,09%
Empresa 4	0	1	1	9,09%
Empresa 5	0	1	1	9,09%
Empresa 6	0	1	1	9,09%
Empresa 7	0	1	1	9,09%
Empresa 8	0	1	1	9,09%
Empresa 9	0	1	1	9,09%
Empresa 10	0	1	1	9,09%
Empresa 11	0	1	1	9,09%
TOTAL	1	10	11	100%
Porcentaje	9,09%	90,91%		

Tabla 16: Existen más problemas o beneficios en la derogación

Elaboración propia

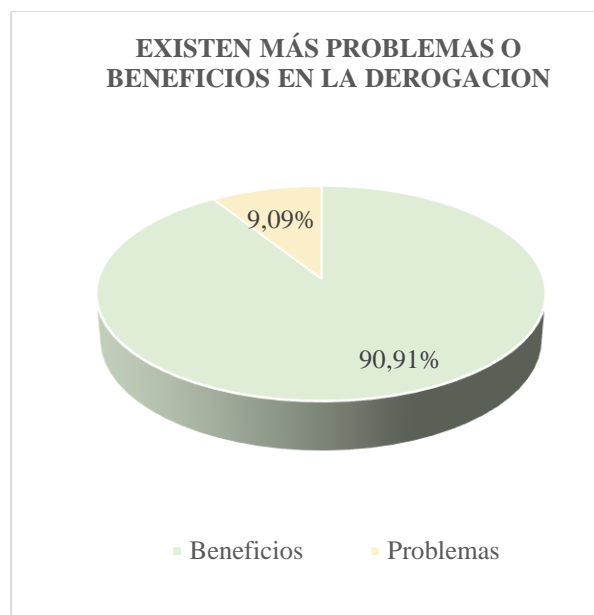


Gráfico 13: Existen más problemas o beneficios en la derogación

Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

El 90.91% de los encuestados manifestaron que, a pesar de la falta de stock para cubrir la demanda, la derogación del impuesto les traerá beneficios, lo cual es obvio que así lo hará pues al estar posibilitados de traer cualquier tipo de vehículos y que este no represente más gastos para su propietario podrán elevar las ventas. El 9.09% que representa una minoría en cambio, opina que el Gobierno debió darles un plazo para abastecerse y que sin este impuesto les tomará muchísimo más tiempo poder entrar a competencia con los modelos que están libres de mismo.

12. Con la derogación del impuesto verde, ¿usted espera?

¿QUÉ SE ESPERA AHORA?

PREGUNTA	RESPUESTA					
12.- Con la derogación del impuesto verde, ¿usted espera?:	Aumente las ventas	Genere problemas con los automotores	No se pueda cumplir con la demanda de autos que no gravan impuestos	Otros	SUMAN	%
Empresa 1	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 2	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 3	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 4	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 5	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 6	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 7	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 8	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 9	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 10	1	0	0	0	1	9,09%
Empresa 11	0	0	1	0	1	9,09%
TOTAL	10	0	1	0	11	100%
Porcentaje	90,91%	0,00%	9,09%	0,00%		

Tabla 17: ¿Qué se espera ahora?
Elaboración propia



Gráfico 14: ¿Qué se espera ahora?
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

Un 90.91% de los encuestados opina que la derogación del Impuesto Verde traerá a sus negocios un aumento en sus ventas, esto último lo hemos expuesto por varias ocasiones en esta investigación, además esto será

económicamente estable para este segmento del mercado automovilístico; sin embargo, el 9.09% tiene un criterio pesimista hay quienes piensan que no van a poder cumplir con la nueva demanda y que esto solo los retrasará en relación con sus colegas en la industria.

13. ¿Qué oportunidades de mejora ve Usted con la derogación del Impuesto Verde?

PANORAMA DEL FUTURO

PREGUNTA	RESPUESTA				
13- ¿Qué oportunidades de mejora ve Usted con la derogación del impuesto verde?	Incursionar en nuevos mercados	Mejora económica	Mejoramiento financiero	SUMAN	%
Empresa 1	0	1	0	1	9,09%
Empresa 2	0	0	1	1	9,09%
Empresa 3	1	0	0	1	9,09%
Empresa 4	0	0	1	1	9,09%
Empresa 5	1	0	0	1	9,09%
Empresa 6	1	0	0	1	9,09%
Empresa 7	0	1	0	1	9,09%
Empresa 8	0	1	0	1	9,09%
Empresa 9	1	0	0	1	9,09%
Empresa 10	1	0	0	1	9,09%
Empresa 11	0	1	0	1	9,09%
TOTAL	5	4	2	11	100%
Porcentaje	45,45%	36,36%	18,18%		

Tabla 18: Panorama del Futuro
Elaboración propia

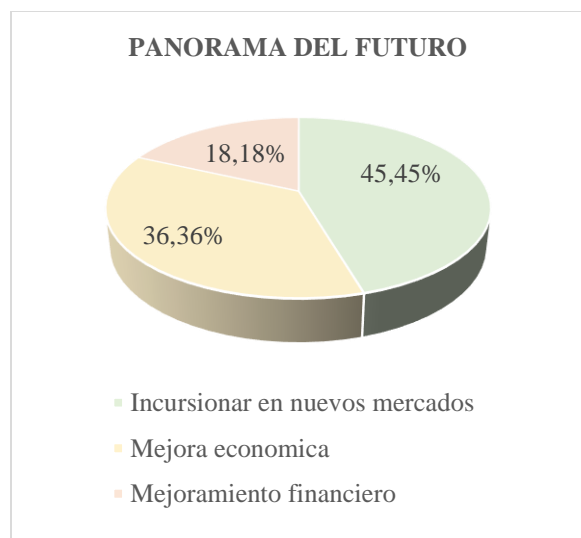


Gráfico 15: Panorama del futuro
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

Al ser una pregunta abierta, las respuestas identificaron que en general, el panorama que se percibe con esta derogación es positiva, y se enfoca principalmente en la posibilidad de incursionar en el mercado de autos con nuevos modelos con un porcentaje de 45.45%, en una mejora económica con un 36.36% y finalmente en un mejoramiento financiero de la entidad en un 18.18%.

14. ¿El Impuesto Verde es un factor determinante a la hora de vender?

EL IMPUESTO ES UN FACTOR A LA HORA DE VENDER

PREGUNTA	RESPUESTA				
14.- ¿El impuesto verde es un factor determinante a la hora de vender?	Autos usados	Autos nuevos	Ambos	SUMAN	%
Empresa 1	1	0	0	1	9,09%
Empresa 2	0	0	1	1	9,09%
Empresa 3	0	0	1	1	9,09%
Empresa 4	1	0	0	1	9,09%
Empresa 5	1	0	0	1	9,09%
Empresa 6	1	0	0	1	9,09%
Empresa 7	0	0	1	1	9,09%
Empresa 8	0	0	1	1	9,09%
Empresa 9	0	0	1	1	9,09%
Empresa 10	0	1	0	1	9,09%
Empresa 11	1	0	0	1	9,09%
TOTAL	5	1	5	11	100%
Porcentaje	45,45%	9,09%	45,45%		

Tabla 19: El impuesto es un factor a la hora de vender
Elaboración propia

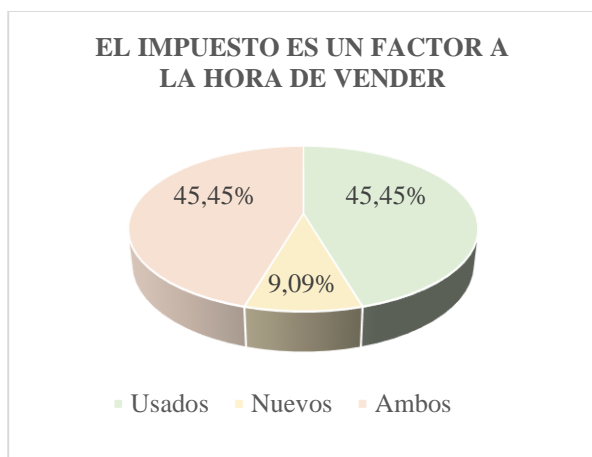


Gráfico 16: El impuesto es un factor a la hora de vender
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

Como se observa en el gráfico, la afectación de un impuesto como el que se está

examinado, el 45.45% opina que a la hora de vender autos usados o que se reciben como parte de pago es un determinante importante, mientras que el 9.09% mencionó que los autos nuevos no se quedan atrás y es que, a la hora de comprar un vehículo lo primero que un usuario revisa es que porcentaje de impuestos deberá pagar por dicho automotor y si el mismo será un problema para el comprador simplemente no lo adquiere. Sin embargo, un 45.45% que son varias empresas mencionan que tanto los nuevos como los usados tiene muestran diferentes factores a la hora de vender los vehículos.

15. ¿Piensa usted que el gobierno debe darles algunas ventajas ahora que el impuesto verde esta derogado?

VENTAJAS POR PARTE DEL GOBIERNO

PREGUNTA	RESPUESTA				
	SI	NO	¿Cuáles?	SUMAN	%
15.- ¿Piensa usted que el gobierno debe darles algunas ventajas ahora que el impuesto verde esta derogado?					
Empresa 1	1	0	Autos eléctricos	1	9,09%
Empresa 2	0	1	0	1	9,09%
Empresa 3	0	1	0	1	9,09%
Empresa 4	0	1	0	1	9,09%
Empresa 5	0	1	0	1	9,09%
Empresa 6	0	1	0	1	9,09%
Empresa 7	0	1	0	1	9,09%
Empresa 8	0	1	0	1	9,09%
Empresa 9	1	0	Reajuste arancelario	1	9,09%
Empresa 10	1	0	Reajuste arancelario	1	9,09%
Empresa 11	1	0	Reajuste arancelario	1	9,09%
TOTAL	4	7		11	100%
Porcentaje	36,36%	63,64%			

Tabla 20: Ventajas por parte del gobierno
Elaboración propia

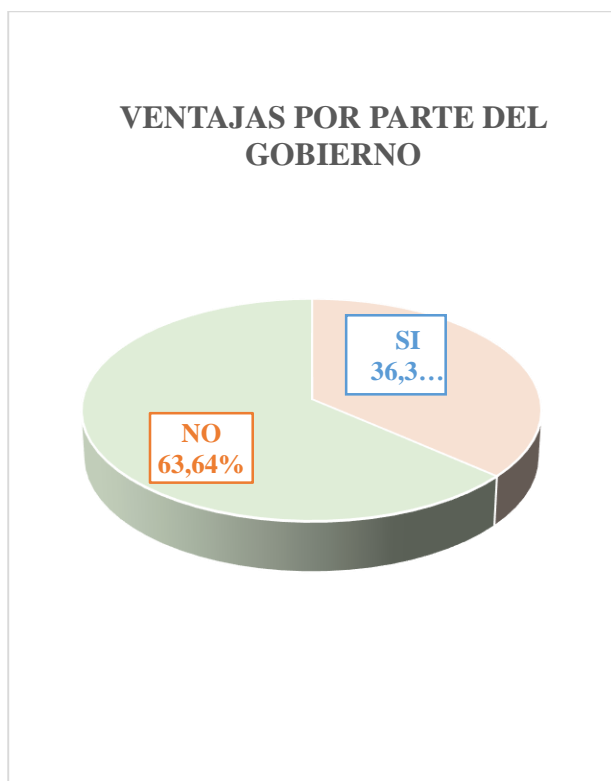


Gráfico 17: Ventajas por parte del gobierno
Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

En esta pregunta la gran mayoría de la población es decir un 63.64% concuerdan en que el gobierno no debe darles ningún tipo de facilidad, si bien es cierto en preguntas anteriores han manifestado que la decisión tomada unilateralmente por el gobierno de terminar este tributo ocasionara problemas, no se piensa que es responsabilidad de ellos ayudarlos. Por otro lado, un 36.36% manifiesta que el gobierno debe realizar un reajuste arancelario y ayudarlos a importar vehículos que faciliten su permanencia en el mercado como es el caso de los eléctricos.

16. ¿Cuál es el panorama económico ahora que no hay el impuesto verde para su empresa?

PANORAMA ECONÓMICO

PREGUNTA	RESPUESTA				
	Panorama futuro más positivo	Estabilizar nivel de ventas	Nuevos mercados y clientes	SUMAN	%
16.- ¿Cuál es el panorama económico ahora que no hay el impuesto verde para su empresa?					
Empresa 1	1	0	0	1	9,09%
Empresa 2	0	1	0	1	9,09%
Empresa 3	1	0	0	1	9,09%
Empresa 4	0	1	0	1	9,09%
Empresa 5	1	0	0	1	9,09%
Empresa 6	0	1	0	1	9,09%

Empresa 7	0	1	0	1	9,09%
Empresa 8	1	0	0	1	9,09%
Empresa 9	0	0	1	1	9,09%
Empresa 10	0	1	0	1	9,09%
Empresa 11	0	1	0	1	9,09%
TOTAL	4	6	1	11	100%
Porcentaje	36,36%	54,55%	9,09%		

Tabla 21: Panorama económico
Elaboración propia

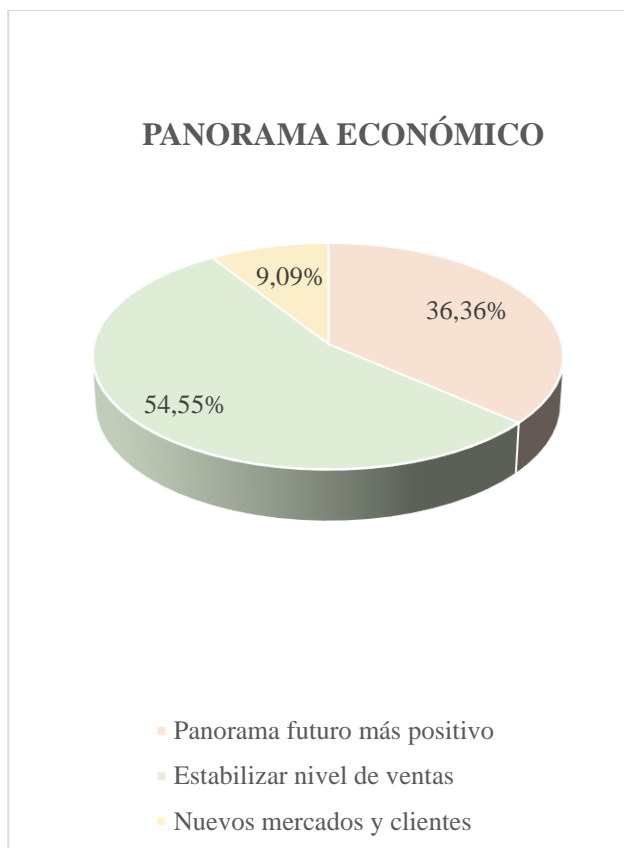


Gráfico 18: Panorama económico

Elaboración propia

Análisis e interpretación. -

La pregunta al ser de tipo abierta genera grandes expectativas sobre las respuestas que se van a recibir sin embargo se reflejan tres

marcadas tendencias, lo cual se traduce a que dichas expectativas son compartidas por un grupo en común dentro de la población, las mismas fueron; un 54.55% expreso que sus ventas irían en aumento como se ha visto en análisis anteriores, un 36.36% simplemente se limitan a decir que existirá un panorama futuro positivo sin dar mayor explicaciones en qué sentido será el mismo si económico, administrativo o financiero, y por ultimo un 9.09% expresa que se abrirán nuevo mercados y se conseguirá nuevos cliente lo cual creara oportunidades de mejora en sus empresas.

7 CONCLUSIONES

Durante todo el presente trabajo se ha podido observar como las empresas, consumidores y el gobierno han sido partícipes activos de las consecuencias de implantar un tributo y que afecta directamente a artículos terminados y de comercialización, en este caso automotores.

- Se determinó que toda la muestra encuestada conocía de una u otra forma que era el impuesto verde, y las afectaciones que el mismo traería sobre sus entidades, entre las cuales sobresale la caída en ventas, de cierto tipo de vehículos que ya hemos tratado dentro del presente artículo, adicional a esto podemos rescatar que esta afectación se vio agravada ya que no tuvieron un conocimiento previo de que dicha ley iba a desaparecer y por lo tanto no tuvieron tiempo de prepararse administrativamente para un cambio en la demanda, hasta entonces la venta de vehículos se daba de forma normal con tendencia al alza y es que no existía ninguna limitación a la hora de comprar automotores más que la posibilidad económica de las personas interesadas. Pero todo esto cambió radicalmente con la

implantación del impuesto, ya que se quitó de las manos la posibilidad tanto de clientes como de vendedores, y se restringió la compra de una cierta gama de vehículos que según los empresarios eran los preferidos y más accesibles al público.

- La poca capacidad para satisfacer la demanda y el poco tiempo para anticipar la misma fueron los inconvenientes más señalados a la hora de recalcar los problemas causados por la derogación, al no existir un mutuo acuerdo entre gobierno y empresarios no se pueden preparar de forma adecuada para las consecuencias de cualquier decisión tomada unilateralmente por el Ejecutivo y de este modo crece exponencialmente el riesgo de no poder con la demanda que se generara a partir de dicha decisión.
- Se puede identificar que antes de la derogación el único limitante para la compra de un vehículo era la capacidad adquisitiva del comprador, sin embargo con la aplicación del tributo entraron a jugar características como cilindrada, precio y modelo y fueron estas características las que en mayo o menor medida las empresas

acusaron como las limitantes a la hora de vender vehículos en el mercado actual, la principal conclusión que se tiene con esto es que al haber más variables en juego es difícil poder anticipar hacia que sector de vehículos se moverá la demanda y por lo tanto prepararse para esto es casi imposible.

- Dentro de las pérdidas que sufrió el sector cuando el impuesto verde era un factor podemos observar que un gran porcentaje tuvo pérdidas por sobre los 10 mil dólares, lo cual va ligado directamente con el hecho de que el sector de autos que se vio más afectado fue de alta gama, es decir, con un motor superior a 2.0 L, los cuales en precio son los más rentables para las entidades, estas pérdidas se vieron traducidas en menos stock de estos vehículos para la venta, mismo que ahora están desabastecidos de sus inventarios y los cuales se necesitan para poder entrar en competencia dentro del mercado actual.
- Las empresas en su totalidad se encuentran optimistas con el panorama de la derogación por un lado están seguros que las ventas aumentarían y esto por obvias razones ayudará a que crezcan tanto económicamente como

financieramente, pero por otro lado, solo un sector pequeño creen que están en la capacidad de poder cubrir la demanda generada por la población, y es que es previsible el hecho de que no se puede pasar de vender solo un tipo específico de automóviles a diversificarse y traer stock de nuevos modelos, esto significa un costo adicional y muchos creen que el aumento en ventas no justificara este nuevo costo, lo cual como conclusión será que para ver un beneficio deberán esperar más tiempo hasta recuperar los costos en los que incurrieron para tratar de estar a la par de sus colegas en el mercado.

- En cuanto al panorama futuro una vez derogada la ley la mayoría de empresas concluyen que el mismo traerá más beneficios que problemas, y es que una vez abierto el mercado y sin ningún tipo de restricción a las personas, se espera que las ventas se disparen, sin embargo no se puede dejar de lado el otro segmento del mercado el cual opina que la derogación traerá problemas y es que ellos piensan que al no estar preparados para poder cumplir la demanda no podrán cumplir con las

expectativas de los clientes y por lo tanto perderán este sector del mercado, lo que los rezagará de sus competidores causando estragos en la economía de la empresa. Hay que tomar en cuenta que este impuesto fue un factor decisivo a la hora de vender autos, si bien es cierto su incidencia se vio con mas fuerza en los autos usados, ahora que no es un factor podemos ver que se convertirá en un inconveniente que tendrá que sortear para poder sobrellevar a la competencia.

- Después de la derogación del impuesto, el mercado no volvió a sus estándares iniciales, es decir, si al inicio se vendía autos de mayor cilindrada y más viejos, para luego cambiar por autos de menor cilindrada y más nuevos, el panorama actual nos lleva a un punto de análisis entre las dos tendencias pasadas, y es justamente para este escenario para el que se prepararán las entidades encuestadas. Por lo anterior, las empresas automotrices tratarán de salir de parte de su stock acumulado para poder traer nuevo stock de la vieja tendencia y equilibrar ambos, de este modo buscarán maximizar sus ganancias y recuperarse

económicamente para salir adelante en el mercado.

8 BIBLIOGRAFÍA

Agencia Europea de Medio Ambiente. (2016). *El Tributo Ambiental: Aplicación y efectividad sobre el medio ambiente*. Retrieved from

<https://www.eea.europa.eu/es/publications/92-9167-000-6-sum/page001.html>

Alcívar, N. (2016). *Evaluación del Impuesto Ambiental a la Contaminación Vehicular: análisis comparativo con otros países de América Latina*. Universidad Andina Simón Bolívar.

Amoroso, X. (2014). *Tributación ambiental: caso de Ecuador* (Vol. 1). México.

Chicaiza, M. (2014). *La inconstitucionalidad de la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de Ingresos del Estado ecuatoriano*. Universidad Central del Ecuador.

Diario El Universo. (2019, April 23). Proyecto para eliminar impuesto verde a vehículos fue calificado en Asamblea. *Diario El Universo*. Retrieved from <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/04/23/nota/7298714/proyecto-eliminar-impuesto-verde-vehiculos-fue-calificado-asamblea>

Diario La Hora. (2019, June 1). *Se Activa Demanda de Inconstitucionalidad Contra El 'Impuesto Verde'*. Retrieved from <https://www.lahora.com.ec/noticia/1102247571/se-activa-demanda-de-inconstitucionalidad-contra-el-impuesto-verde>

LEY DE FOMENTO AMBIENTAL Y OPTIMIZACION INGRESOS DEL ESTADO DEL ECUADOR., (2011).

LEY DEL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR., Pub. L. No.

583, 9 (2011).

LEY DEROGATORIA AL IMPUESTO AMBIENTAL A LA CONTAMINACIÓN VEHICULAR (IMPUESTO VERDE)., Pub. L. No. s9, 1 (2019).

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE). (2013). El sistema tributario, la innovación y el medio ambiente. *OECD Green Growth Strategy. Foro Consultivo, Científico y Tecnológico*, 1(1), 40–41. <https://doi.org/https://dx.doi.org/10.1787/9789264208193-es>

Orozco, M. (2019, January 23). Creo propone derogar el impuesto verde. *Diario El Comercio*. Retrieved from <https://www.elcomercio.com/actualidad/creo-villamar-castanier-impuesto-verde.html>

Primicias. (2019). La Asamblea vota por la eliminación del 'impuesto verde.' Retrieved from Diario Primicias website: <https://www.primicias.ec/noticias/economia/impuesto-verde-eliminacion-asamblea/>

Rius, A. (2016). Servicios públicos y reforma fiscal ambiental en América Latina. *Gestión y Política Pública*, XXV(1), 245–297.

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – SENPLADES. *Plan Nacional para el Buen Vivir 2009-2013: Construyendo un Estado Plurinacional e Intercultural.*, (2009).

Urbano, S. (2019). Agentes económicos. Retrieved from Economía Finanzas website: <https://www.economiafinanzas.com/agentes-economicos/>

Vera, L. (2019). *Impuestos ambientales y equidad* :

desafíos para América Latina y el Caribe (1st ed.). Bogotá: Friedrich-Ebert-Stiftung.

9 ANEXOS

9.1 Anexo 1.-Poblacion de la investigación

<i>EMPRESA</i>	<i>LINEA DE NEGOCIO</i>	<i>SECTOR DE LA CUIDAD</i>	<i>PAGINA WEB</i>
<i>AEKIA S.A.</i>	Importa vehículos, repuestos y talleres marca KIA MOTORS	QUITO SUR	
<i>ALVAREZ BARBA S.A.</i>	COMERCIALIZACIÓN Y TALLER POSTVENTA DE AUTOS Y MOTOCICLETAS BMW Y PORSCHE	QUITO NORTE	www.bmw.com.ec
<i>AMBACAR CIA. LTDA.</i>	VENTA DE GREAL WALL, CAMIONES JMC, REPUESTOS REAT WALL-JMC Y TALLERES Y SERVICIOS	QUITO NORTE	
<i>AUTEC S.A.</i>	Venta de camiones Kenworth, Daf, chasises de bus Agrale, furgonetas Ventura, vehículos Land Rover, servicio de post venta y repuestos.	QUITO SUR	www.autec.ec
<i>AUTOFENIX S.A</i>	Comercializa vehículos marcas Mazda, Fiat, Jeef, Dodge y Ram	QUITO NORTE	
<i>AUTODELTA CIA. LTDA.</i>	COMERCIALIZACIÓN DE VEHICULOS, TALLERES, REPUESTOS MARCAS: NISSAN, RENAULT	QUITO SUR	www.autodelta.com.ec
<i>AUTOLANDIA S.A.</i>	COMERCIALIZACIÓN VEHÍCULOS, REPUESTOS Y TALLERES CHEVROLET	QUITO SUR	
<i>AUTOLÍDER ECUADOR S.A.</i>	Importación, distribución, servicio y repuestos Mercedes-Benz	QUITO NORTE	www.autoliderecuador.com.ec
<i>AUTOMEKANO CIA. LTDA.</i>	Vehículos, repuestos y talleres marca UD TRUCKS, JCB, LEEBOY	QUITO NORTE	www.automekano.com
<i>AUTOMOTORES ANDINA S.A.</i>	Comercialización vehículos, partes y piezas MARCAS: MAZDA, HYUNDAI, SANG YONG	QUITO SUR	www.automotoresandina.com
<i>AUTOMOTORES CARLOS LARREA T. CIA. LTDA.</i>	Sub concesionario de la marca Toyota (vehículos nuevos). También venta de vehículos usados	QUITO NORTE	www.automotorescarloslarrea.com

<i>AUTOMOTORES CONTINENTAL S.A.</i>	COMERCIALIZACIÓN VEHÍCULOS, REPUESTOS Y TALLERES CHEVROLET	QUITO SUR	www.automotorescontinental.com.ec
<i>AUTOMOTORES DE FRANCIA AUTOFRANCIA C.A.</i>	IMPORTACION Y COMERCIALIZACION DE VEHICULOS Y REPUESTOS MARCA PEUGEOT	QUITO NORTE	www.peugeot.com.ec
<i>AUTOMOTORES DE LA SIERRA S.A. ASSA</i>	COMERCIALIZACIÓN VEHICULOS NUEVOS Y USADOS (PESADOS) REPUESTOS Y ACCESORIOS, NEUMÁTICOS MARCA CHEVROLET	QUITO NORTE	www.assa.com.ec
<i>AUTOMOTORES Y ANEXOS S.A. AYASA</i>	VENTA DE VEHÍCULOS, REPUESTOS Y TALLERES NISSAN Y RENAULT .	QUITO NORTE	www.nissan.com.ec / www.renault.ec
<i>CAMIONES Y BUSES DEL ECUADOR S.A . CAMIONEQ</i>	Importadora y comercializadora de camiones y buses SCANIA	QUITO NORTE	www.scaneq.com.ec
<i>CASA BACA S.A.</i>	Vehículos, repuestos y Servicios Toyota e Hino	QUITO SUR	www.casabaca.com
<i>CENTRAL MOTORS S.A.</i>	IMPORTADORA, COMERCIALIZADORA, VENTA DE REPUESTOS Y TALLERES MARCA TATA Y DAEWOO TRUCKS	QUITO NORTE	www.centralmotors.com.ec
<i>COMERCIAL CARLOS ROLDAN CIA. LTDA.</i>	Importación y comercialización de vehículos marca JAC	QUITO NORTE	www.jacecuador.com
<i>COMERCIAL HIDROBO S.A. HIDROCOM</i>	Comercialización de Vehículos, repuestos, servicio de talleres (mantenimiento, enderezada y pintura)	QUITO	www.comhidrobo.com
<i>CORPORACIÓN MARESA</i>	Ensamblaje de vehículos marca Mazda.	QUITO SUR	www.corpmaresa.com.ec
<i>ECUA - AUTO S.A.</i>	Concesionario General Motors, venta de vehículos nuevos y usados, repuestos, talleres	QUITO NORTE	www.ecuaauto.com
<i>ECUA - WAGEN S.A.</i>	VENTA VEHICULOS SEMINUEVOS , REPUESTOS Y TALLERES VOLKSWAGEN	QUITO SUR	www.ecua-wagen.com
<i>EUROVEHICULOS S.A.</i>	DISTRIBUIDOR DE SKODA AUTO	QUITO NORTE	www.skoda.ec

<i>FISUM S.A</i>	Fabrica, Importa, Comercializa Vehículos Volkswagen Livianos y Camiones Volkswagen Man, repuestos y talleres marca	QUITO NORTE	
<i>FOTON DEL ECUADOR S.C.C.</i>	Importa y comercializa vehículos camionetas, todo terrero, camiones , buses FOTON, repuestos y accesorios FOTON y talleres de servicio.	QUITO NORTE	
<i>GERMAN MOTORS S. A.</i>	Importación y comercialización de vehículos marca AUDI	QUITO NORTE	www.audi.com.ec
<i>GM ISUZU CAMIONES ANDINOS DEL ECUADOR GMICA ECUADOR CIA LTDA IOMOTORS S.A.</i>	Buses, camiones, repuestos y talleres marca Chevrolet	QUITO CENTRO	
	Comercializa automóviles Hyundai, Great Wall, Volkswagen, Mazda	QUITO NORTE	
<i>IMBAUTO S.A</i>	Venta de Vehículos, Repuestos , Servicios de Talleres y Colisiones marca Chevrolet	QUITO NORTE	www.imbauto.com.ec
<i>LATINOAMERICANA DE VEHÍCULOS C.A. "LAVCA"</i>	Concesionario General Motors	QUITO NORTE	www.lavca.com.ec
<i>MAQUINARIAS Y VEHÍCULOS S.A. MAVESA</i>	COMERCIALIZACION DE CAMIONES HINO Y VEHICULOS CITROËN	QUITO NORTE	www.grupomavesa.com.ec
<i>MAQUINAS Y CAMIONES S.A. MACASA</i>	Importación y Comercialización Camiones, repuestos y talleres Mack y Volvo	QUITO CENTRO	www.macasa.com.ec
<i>MAXDRIVE S.A.</i>	VENTA DE VEHICULOS PESADOS FREIGHTLINER, WESTERN STAR, BUSES THOMAS, MOTORES DETROIT Y SERVICIOS DE POSTVENTA	QUITO NORTE	www.maxdrive.com.ec
<i>METROCAR S.A.</i>	Concesionario automotriz, vehículos nuevos, usados, repuestos, taller marca Chevrolet	QUITO SUR	www.metrocar-ecuador.com
<i>MOTRANSA C.LA.</i>	Vehículos, Repuestos y Talleres de las marcas Mitsubishi Motors, FUSO, International.	QUITO NORTE	www.motransa.com
<i>NEOHYUNDAI S.A.</i>	IMPORTACIÓN DE VEHICULOS Y REPUESTOS HYUNDAI, TALLER AUTORIZADO	QUITO NORTE	
<i>PROAUTO C.A.</i>	Comercialización Vehículos livianos, vehículos pesados, repuestos, talleres, chapa y pintura marca Chevrolet	QUITO SUR	www.proauto.com.ec

<i>QUITO MOTORS SACI</i>	Importa y Comercializa vehículos camionetas, todo terrero, Motocicletas ROYAL ENFIELD, repuestos , accesorios, Lubricantes y talleres de servicio.	QUITO NORTE	
<i>RECORDMOTOR S.A.</i>	Importador Vehículos, repuestos y servicios Honda - Comercializador marca Volkswagen	QUITO SUR	www.recordmotor.ec
<i>TEOJAMA COMERCIAL S.A.</i>	Distribuidor de Vehículos y repuestos marca Hino y Daihatsu	QUITO NORTE	www.teojama.com
<i>VALLEJO ARAUJO S.A.</i>	COMERCIALIZACION DE VEHICULOS Y REPUESTOS CHEVROLET.	QUITO SUR	www.vallejoaraujo.com
<i>VEHICENTRO Vehículos y Camiones Centro Sierra S.A.</i>	Importador y comercializa automóviles y vehículos comerciales marcas JAC, Sinotruk y repuestos y accesorios	QUITO NORTE	

9.2 Anexo 2.- Encuesta

ENCUESTA

La presente encuesta tiene como objetivo recolectar información económica y administrativa general de las empresas seleccionadas para la muestra, con el objeto de ser analizadas y poder determinar el impacto que tuvo la derogación del impuesto verde. Esta es únicamente con fines estadísticos y didácticos por lo que estos datos no serán publicados ni divulgados de ninguna forma y mucho menos tomándose el nombre de las empresas. De antemano se agradece su gentil colaboración.

1.- ¿Conoce Usted qué es el impuesto Verde?

SI _____ NO _____

2.- ¿Cree Usted que la implementación del Impuesto Verde afectará a su negocio?

SI _____ NO _____

Explique de forma resumida los problemas causados al implementarse el impuesto verde en su negocio.

3.- ¿Cree Usted que, al implementar el impuesto verde en su negocio, tendría una caída en las ventas?

SI _____ NO _____

¿En qué porcentaje? _____

4. ¿Tuvo conocimiento previo de que iban a derogar el impuesto verde?

SI _____ NO _____

5. Explique de forma resumida los inconvenientes que causarían la derogación del impuesto verde a su negocio.

6.- ¿Qué aspectos considera Usted dificultoso al momento de vender automóviles?

Cilindrada _____

Precio _____

Impuestos para modelos en específico _____

Otro _____

7.- Al implementarse el impuesto verde Usted tuvo pérdidas por:

1000---10.000 _____

10.000---50.000 _____

50.000---100.000 _____

100.000---a más _____

8.- ¿Qué modelos de autos fueron los que más decayeron en ventas al implementarse el impuesto verde?

9.- De estos modelos anteriormente descritos, ¿Ustedes esperan que las ventas aumenten ahora sin el impuesto?

SI _____ NO _____

10.- ¿Se encuentran preparados para cubrir la demanda si llegara a aumentar?

SI _____ NO _____

11.- ¿Usted ve más problemas o más beneficios en la derogación del impuesto?

Problemas _____ Beneficios _____

12.- Con la derogación del impuesto verde, ¿usted espera?:

Aumente las ventas _____

Genere problemas con los automotores _____

No se pueda cumplir con la demanda de autos que no gravan impuestos _____

Otros _____

13.- ¿Qué oportunidades de mejora ve Usted con la derogación del impuesto verde?

14.- ¿El impuesto verde es un factor determinante a la hora de vender?

Autos usados _____

Autos nuevos _____

Ambos _____

15.- ¿Piensa usted que el gobierno debe darles algunas ventajas ahora que el impuesto verde esta derogado?

SI _____ NO _____

¿Cuáles? _____

16.- ¿Cuál es el panorama económico ahora que no hay el impuesto verde para su empresa?

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

9.3 Anexo 3.- Fotografías de las empresas visitadas



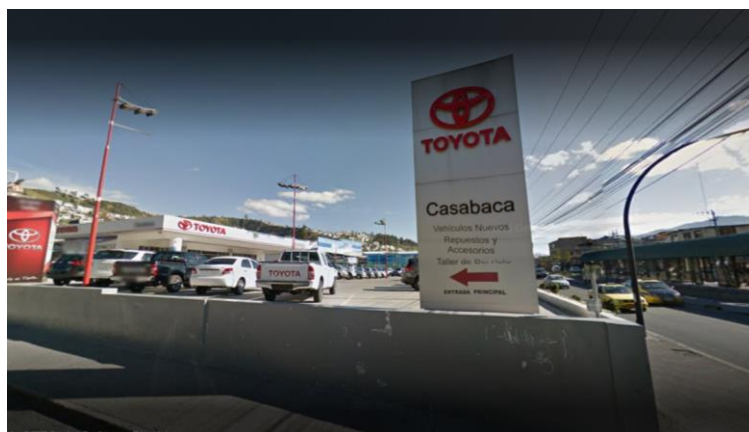
AEKIA S.A. (empresa encuestada)



Automotores Continental (empresa encuestada)



Corporación MARESA (empresa encuestada)



Casa Baca (empresa encuestada)



Ecuawagen (empresa encuestada)